

**ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN
DISTRIBUSI BERAS
STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN CILACAP
SKRIPSI**



Oleh :

Nama : Dwi Laras Adhiningsih

Nomor Mahasiswa : 14313231

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2018

**“ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN
DISTRIBUSI BERAS
STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN
CILACAP”
SKRIPSI**

disusun dan digunakan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Dwi Laras Adhiningsih

Nomor Mahasiswa : 14313231

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka Saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 25 Februari 2018

Penulis,

Dwi Laras Adhiningsih

PENGESAHAN
“ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN
DISTRIBUSI BERAS
STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN
CILACAP”

Nama : Dwi Laras Adhiningsih

Nomor Mahasiswa :14313231

Jurusan : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 25 Februari 2018

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Eko Atmadji', written over a horizontal line.

Eko Atmadji, Dr., S.E., M.Ec

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN HARGA BERAS STUDI
KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN CILACAP DAN KOTA BEKASI**

Disusun Oleh : **DWI LARAS ADHININGSIH**

Nomor Mahasiswa : **14313231**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

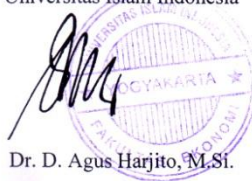
Pada hari Senin, tanggal: 12 Maret 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Eko Atmadji, Dr., M.Ec.

Penguji : Sarastri Mumpuni R, Dra., M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO

Sometimes you can't see yourself clearly until you see yourself through the eyes of others.

(Ellend DeGeneres)

*Whatever what people say, i don't care
i do what i can to reach everthing i want with honest.*

(Dwi Laras A)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Saya ucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang tak henti-hentinya memberikan hidayah dan nikmatnya sehingga karya tulis ini dapat diselesaikan oleh penulis. Sholawat serta salam saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, seorang revolisioner sejati berkat perjuangannya manusia dibawa menuju ke jaman yang Insyallah lebih baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk

- Allah SWT, yang telah memberikan waktu nya sehingga penulisan skripsi bisa berjalan dengan lancar.
- Kepada Kedua Orang tersayang, Bapak Muhlasin dan Ibu Warminah yang telah memberi support dari segi apapun.
- Kepada kakak satu – satunya, Herlin Pangastuti, S.Psi
- Kepada Bapak Eko Atmadji, Dr., S.E., M.Ec sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- Kepada Teman- teman CENGHOH : Dewinda Cyntia A, Dhika Tri Septiana, Satmaka Srasa Saswatata, Rizqi Awyami, Luthfi Wahid Ramadhan S.Pd
- Kepada Teman-teman CABELARANG : Cahya maestri S, Tifa Kurniaasih, Esterlina Nopfana Sari
- Kepada teman-teman LHF : Fiqki Fauziah , Hana Okti Isnaeni

- Kepada Kikanur, Fika Ifah danti uji inabebsti teman dari Jaman jahiliah.
- Kepada teman- teman Ilmu ekonomi 2014
- Terimakasih semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bismilahirrahmaanirrahiim...

Alhamdulillahirabbil'alamin. Saya ucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat hidayah dan karunia-Nya serta kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PEMBENTUKAN HARGA BERAS PADA SALURAN DISTRIBUSI BERAS STUDI KASUS SALURAN DISTRIBUSI BERAS KABUPATEN CILACAP”** Skripsi ini secara garis besar memuat bagaimana pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Eko Atmadji, Dr.,S.E.,M.Ec. selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar mendampingi dan ikhlas berbagi ilmu.
2. Dosen beserta seluruh Staf Akademik Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia khususnya dan Dosen serta Staf Tata Usaha serta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia pada umumnya.

3. Kedua orangtua tercinta, Bapak Muhlasin dan Ibu Warminah yang telah memberikan doa dan kasih sayang kepada penulis.
4. Semua keluarga dan teman-teman yang telah mendukung baik diperkuliahan maupun diluar perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan serta saran yang bersifat membangun dan lebih baik di masa depan.

Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama bagi almamater Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Februari 2018

Dwi Laras Adhiningsih

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian.....	v
Halaman Berita Acara Tugas Akhir	vi
Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Halaman Kata Pengantar.....	x
Halaman Daftar Isi	xii
Halaman Daftar Tabel	xvi
Halaman Daftar Gambar	xvii
Halaman Daftar Lampiran.....	xviii
Halaman Abstrak.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.4. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1. Kajian Pustaka.....	9

2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Penentuan Harga	12
2.2.2 Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja.....	16
2.2.2.1 Struktur Pasar.....	18
2.2.2.2 Perilaku Pasar.....	20
2.2.2.3 Kinerja Pasar	28
BAB III. METODE PENELITIAN	31
3.1. Dasar Penelitian	31
3.2. Lokasi Penelitian	32
3.3. Fokus Penelitian	32
3.4. Sumber data.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6. Teknik Penentuan Narasumber	36
3.7. Alat Pembantu Pengumpulan Data	41
3.8. Teknis Analisis Data	42
3.9. Metode Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja.....	44
3.9.1. Metode Analisis Struktur Pasar (structure)	45
3.9.2. Metode Analisis Perilaku (Conduct)	45
3.9.3. Analisis Kinerja (Performance)	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi	47
4.2. Kondisi Industri Beras Di Kabupaten Cilacap Dan Pasar Bantar Gebang Bekasi	49
4.3. Jenis / varietas Gabah Dan Beras Tanam dan Jual	

Di Kabupaten Cilacap	51
4.4. Harga Gabah Dan Beras Di Kabupaten Cilacap	55
4.5. Alur Distribusi atau Penjualan Beras Di Kabupaten Cilacap	
Menuju Pasar Bantar Gebang Bekasi	58
4.6. Karakteristik Pelaku Distribusi Beras di Kabupaten Cilacap	
Dan Kota Bekasi	61
4.7. Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja.....	65
4.7.1. Analisa Struktur Pasar (Market Structure Analysis)	65
4.7.2 Analisis Perilaku Pelaku Pada Saluran Distribusi Beras	67
4.9.3. Analisis Kinerja Pelaku Saluran Distribusi (Performance)	76
BAB VI. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	81
6.1. Kesimpulan	81
6.2. Implikasi.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Luas lahan Pertanian Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Produksi padi di Jawa Tengah.....	3
Tabel 1.3 Produksi beras Kabupaten Cilacap.....	4
Tabel 1.4 Harga Beras Pada Tingkatan Distribusi	5
Tabel 4.1 Tabel Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap.....	49
Tabel 4.2 Jenis atau Varietas Gabah dan Beras Menurut Hasil Tanam Petani Di Kabupaten Cilacap	52
Tabel 4.3 Tabel Jenis atau varietas Beras Menurut Nilai Jual	53
Tabel 4.4 Harga Gabah Menurut Kualitas Gabah Di Kabupaten Cilacap (Periode akhir tahun 2017 – awal tahun 2018).....	55
Tabel 4.5 Harga Beras Menurut Jenis atau Varietas Tanaman (Bulan Januari 2018).....	56
Tabel 4.6 Harga Beras Menurut Kualitas beras di Kabupaten Cilacap (Periode Akhir Tahun 2017).....	57
Tabel 4.7 Jumlah pelaku Saluran Distribusi beras Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi (Tahun 2015-2017).....	74
Tabel 4.8 Tabel Harga Beras Sesuai Tingkatan Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi (Januari 2018)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Saluran Distribusi Beras	2
Gambar 2.1 Kurva Pasar Persaingan Sempurna.....	13
Gambar 2.2 Kurva Pasar Monopoli.....	14
Gambar 2.3 Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar.....	30
Gambar 4.1 Saluran Distribusi Beras Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I.	Panduan wawancara.....	88
II.	Jadwal wawancara	90

ABSTRAK

Beras merupakan komoditas yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Salah satu penghasil beras terbesar adalah Kabupaten Cilacap. Margin harga pada Kabupaten Cilacap cukup besar. Dengan fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap. Penelitian ini berbentuk deskriptif kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Data diambil dengan wawancara pada beberapa pelaku distribusi beras yaitu 2 petani, 1 pengepul kecil, 1 pengepul menengah, 2 pengepul besar, 1 toko besar, 1 pengecer beras pada saluran distribusi Kabupaten Cilacap. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis struktur (*structure*), perilaku (*conduct*), dan kinerja (*performance*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar beras pada saluran distribusi Kabupaten Cilacap adalah pasar monopolistik. Masing-masing pelaku distribusi memiliki konsentrasi yang besar pada pasar, sehingga daya pengaruh cukup tinggi. Strategi yang digunakan para pelaku distribusi adalah dengan melakukan kerjasama informasi dan melakukan kolusi terselubung dengan sesama pelaku. Terindikasi pula hambatan masuk pasar berupa modal sosial para pelaku pasar untuk tetap bertahan dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap. Selanjutnya kinerja tiap perilaku yang diindikasikan dari selisih harga beras yang menguntungkan pengepul kecil dan besar namun merugikan masyarakat karena penurunan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci : *Beras, Penentuan harga, saluran distribusi, struktur, perilaku, kinerja*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara agraris. Pertanian merupakan sektor yang besar dalam tatanan perekonomian. Indonesia tersusun dari desa dan kota dimana desa lebih banyak daripada kota. Sehingga pertanian merupakan mata pencaharian sebagian besar penduduk Indonesia. Di Indonesia terdiri dari beberapa sektor pertanian yaitu subsektor pertanian rakyat (subsektor tanaman pangan), subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan dan subsektor perikanan.

Tabel 1.1
Luas lahan Pertanian Indonesia

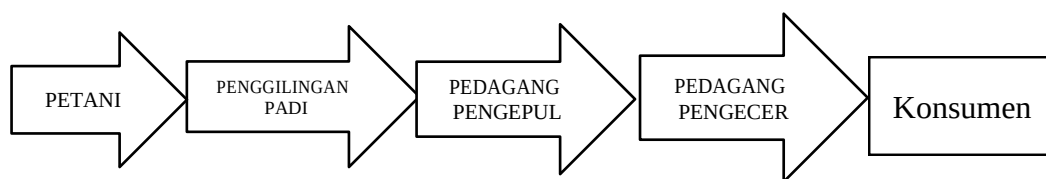
No	Tahun	Luas Lahan
1	2011	13.203.643 Ha
2	2012	13.445.524 Ha
3	2013	13.835.252 Ha
4	2014	13.797.307 Ha
5	2015	14.116.638 Ha

Sumber: Badan Pusat Statistika

Berdasarkan Tabel 1.1, lahan pertanian di Indonesia cukup besar. Dari tahun ke tahun jumlah luas lahan mengalami kestabilan dan cenderung meluas. Karen lahan pertanian cukup besar, mayoritas penduduk Indonesia bermatapencaharian sebagai petani. Khususnya petani padi yang menghasilkan bahan makanan pokok yang terbesar di Indonesia yaitu beras.

Beras merupakan komoditi besar dalam sub sektor pertanian. Hampir 95% masyarakat Indonesia mengonsumsi beras sebagai makanan pokok mereka (Purwono et al, 2013). Indonesia merupakan negara dengan jumlah konsumsi beras yang besar. Pada 2017 tercatat konsumsi beras perkapita di Indonesia sebesar 150 kilogram (beras, per orang, per tahun)¹. Hal ini berdampak pada besarnya permintaan beras di pasar. Ketersediaan beras dipengaruhi oleh kemampuan produksi. Yang lebih tepat di sini penentuan harga beras yang dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran.

Dalam pasar pembentukan harga dipengaruhi oleh para pelaku pasar. Para pelaku pasar sendiri mempunyai pola atau saluran distribusi pemasaran. Menurut Ariwibowo (2013), pola atau saluran distribusi beras mempunyai tahapan sebagai berikut, yaitu petani memanen padi lalu menjual gabah ke penggilingan padi, dari penggilingan padi gabah diolah menjadi beras. Beras dijual ke pedagang pengepul lalu dari pedagang pengepul dijual ke pedagang pengecer. Setelah sampai pedagang pengecer baru sampai ke tangan konsumen.



Setelah sampai pedagang pengecer baru sampai ke tangan konsumen.

Gambar 1.1 Saluran Distribusi Beras

Selain pelaku pasar, pemerintah juga mempunyai pengaruh dalam pembentukan harga beras karena beras merupakan salah satu dari sembilan bahan

¹ <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/beras/item183>?diakses pada 20-10-17 : 21:33

pokok (sembako) yang ketersediaanya tidak membebani masyarakat sehingga pemerintah ikut campur dalam pasar. Indonesia mempunyai lembaga yang bertugas menjaga kestabilan harga beras yaitu BULOG. Bulog adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Sebagai perusahaan yang mengemban tugas publik dari pemerintah, yaitu menjaga harga dasar pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan².

Tabel 1.2
Produksi padi di Jawa Tengah Tahun 2015

Kabupaten/Kota		Padi Sawah		
		Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ku/ha)
1.	Cilacap	132 742	861 967	64,94
2	Kebumen	73 992	486 969	65,81
3	Sragen	93 994	611 710	65,08
4	Grobogan	123 446	786 040	63,67
5	Pati	106 049	631 899	59,59
Jawa Tengah		1 804 556	11 006 570	60,99

(Sumber: bps.jateng.go.id, diolah)

Kabupaten Cilacap merupakan penghasil beras utama di Jawa Tengah. Tabel 1.2 menunjukkan dari lima kabupaten di Jawa tengah Kabupaten Cilacap merupakan penghasil padi terbesar maka produksi beras Kabupaten Cilacap linier dengan jumlah padi yang dipanen sehingga Kabupaten Cilacap merupakan penghasil terbesar ke pertama di Jawa Tengah dan merupakan terbesar ke 10 di Indonesia.³ Lahan sawah cukup luas di Kabupaten Cilacap, didukung dengan

² <http://www.Bulog.co.id/sekilas.php> diakses pada 15-10-17 19:59

³ <http://radarbanyumas.co.id/cilacap-masuk-10-bersae-nasional-produksi-padi-hadiah-91-alat-pertanian-disebarkan-di-4-upt/> diakses pada 26-10-17 22:54

petani gabah di Kabupaten Cilacap juga cukup banyak maka produksi beras di Kabupaten Cilacap cukup besar.

Tabel 1.3
Produksi Beras Kabupaten Cilacap

Kabupaten	Produksi/Production (Ton)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Cilacap	827.418	765.874	737.499	793.337	776.881	889.991

(data diambil dari bps.Cilacap.go.id, diolah)

Berdasarkan Tabel 1.3, produksi beras di Kabupaten Cilacap tercatat dengan besaran yang cukup stabil. Produksi beras cenderung mengalami kenaikan. Namun dengan besaran jumlah beras yang diproduksi tersebut tidak menjamin harga beras menjadi murah. Saluran distribusi dari petani sampai ke konsumen mempunyai problema yang kompleks.

Jumlah penggilingan padi yang di setiap desa diasumsikan terdapat minimal 5 penggilingan padi di Kabupaten Cilacap akan memiliki lebih dari 1000 penggilingan padi. Dari penggilingan padi ini, beras dijual ke pengepul. Harga yang terjadi merupakan pembentukan harga beras pertama. Selanjutnya jalur distribusi beras menuju ke pedagang besar. Salah satu pedagang tersebut ada di Pasar Induk Bantar Gebang Bekasi. Pasar Induk Bantar Gebang Bekasi merupakan pasar induk terbesar kedua di Kota Bekasi. Pasar Induk Bantar Gebang Bekasi merupakan salah satu tujuan utama para pengepul beras Kabupaten Cilacap. Dengan sirkulasi distribusi barang yang padat, pengiriman 1 pengepul dari Cilacap bisa mencapai 2 sampai 3 truk fuso atau sekitar 24 sampai 32 ton beras.

Harga pasar beras di Pasar Induk Bantar Gebang Bekasi dirasa amat dinamis antara lain perubahan harga beras yang sering terjadi. Dengan dinamisnya harga beras di pasar tersebut, stabilisasi harga beras menjadi sorotan tajam. Harga jual beras dari petani sampai ke konsumen terpaut dengan margin yang cukup besar di kisaran Rp. 2.200 per kilo gram. Hal ini menjadi perhatian umum terutama pengamat beras dan pemerintah.

Tabel 1.4
Harga Beras Pada Tingkatan Distribusi

No	Tingkatan Saluran distribusi	Harga
1	Petani	Rp. 8.600
2	Pengepul Kecil	Rp. 9.100
3	Pengepul Besar	Rp. 9.800
4	Toko (Konsumen)	Rp. 12.000

(Data diambil dari wawancara informal)

Dari hasil wawancara secara informal, pasaran harga beras lokal penggiling padi membeli beras dari petani seharga Rp. 8.600 per kilo gram , dari penggilingan padi ke pengepul kecil Rp. 9.100 per kilo gram, pengepul kecil ke pengepul besar Rp. 9.800 per kilo gram, dan harga di toko sebesar Rp. 12.000 per kilo gram. Harga beras tersebut diambil dengan harga rata–rata semua jenis beras. Harga beras di tiga strata jalur distribusi beras yaitu penggilingan padi, pengepul kecil dan pengepul besar ada ketimpangan. Dari pengepul kecil dan pengepul besar margin harganya di sekitar 500–700 rupiah, namun pada harga toko margin harga beras terpaut jauh yaitu 2.200 rupiah.

Pembentukan harga beras akibat pengaruh dari saluran pendistribusian beras menjadi problematika. Selain saluran distribusi, diduga struktur pasar pun

mempengaruhi pembentukan harga. Studi ini ingin melakukan penelitian tentang pembentukan harga pada saluran distribusi beras dengan studi kasus saluran distribusi Cilacap dan Bekasi. Oleh sebab itu judul dari penelitian ini adalah “Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras Studi Kasus Kabupaten Cilacap”.

1.2 Rumusan masalah

Tidak meratanya margin harga pada setiap strata distribusi. Penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pola pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap sampai pada pedagang besar?

1.3 Tujuan Penelitian dan manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pada industri beras di Kabupaten Cilacap sampai pada pedagang besar.
- b. Menganalisis bagaimana pola pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap sampai pada pedagang besar.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu bagi:

- a. Bagi penulis memperoleh gelar sarjana jurusan ilmu ekonomi, fakultas ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Selain itu penulis juga mampu memahami bagaimana dinamisasi pola pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras di Cilacap.
- b. Bagi dunia ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan meningkatkan, memperluas, dan memantapkan wawasan serta dapat dikembangkan oleh mahasiswa.
- c. Bagi masyarakat umum, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan tentang bagaimana pasar dan pola pembentukan harga dalam pasar.

1.4. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab. Bab I Pendahuluan pokok bahasan yang dimuat dalam bab pendahuluan skripsi merupakan pengembangan dari bagian yang sama pada proposal penelitian. Bagian – bagian tersebut adalah latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan. Bab II kajian pustaka dan landasan teori yang terdiri dari kajian pustaka dan landasan teori. Bab III metode penelitian dalam bab ke tiga ini menguraikan tentang jenis dan cara pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Bab IV hasil analisis dan pembahasan pada bab ini menyajikan dan menjelaskan tentang diskripsi data penelitian yang berupa pemaparan data yang digunakan dalam penelitian. Dan meyajikan hasil analisis dan pembahasan berupa temuan – temuan yang dihasilkan dalam penelitian dan analisisnya. Bab yang terakhir

adalah bab V simpulan dan implikasi dalam bab V ini dijelaskan tentang simpulan–simpulan yang diberikan dari bagain pembahasan yang dilakukan pada bagian sebelumnya. Simpulan ini juga harus mampu memberikan rekomendasi jawaban atas tujuan penelitian serta memberikan solusi atas rumusan masalah. Selanjutnya implikasi sebagai bagian pencetus benang merah untuk memberikan rekomendasi tindakan nyata dalam memecahkan masalah penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Dalam penelitian mengenai analisis pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras serta struktur kinerjanya, perlu disajikan kajian – kajian teoritis yang berkaitan dengan struktur pasar dan pembentukan harga agar dapat menjelaskan bagaimana hubungan struktur, perilaku, dan kinerja pasar pada pembentukan harga beras.

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian yang pernah dilakukan oleh Purwono (2013), mengatakan bahwa saluran tataniaga beras di Kabupaten Banyuwangi terdiri dari 12 saluran dan ada 6 jenis lembaga tataniaga (kelompok tani, penebas, penggilingan, pedagang besar, pedagan pengecer, subdivisi regional Bulog). Total hasil panen pada musim panen 1 (bulan februari – maret) tahun 2012 sebanyak 272.880 kilogram beras GKP (Gabah Kering Panen) atau setara 150.084 kilogram beras. Analisis tataniaga membuktikan bahwa 3 saluran yang mempunyai margin cukup besar sehingga menyebabkan nilai farmer's share nya lebih besar dari pada suatu saluran dibandingkan saluran tataniaga menunjukan saluran tersebut efisien secara operasinal. Farmer's share adalah presentasi perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh petani dengan bagian harga di konsumen akhir.

Penelitian Lihan (2014) menjelaskan, kenaikan harga beras akan diikuti secara proporsional oleh kenaikan harga gabah ditingkat petani dapat

dimungkinkan terjadi, jika struktur pasar gabah di tingkat petani adalah struktur pasar persaingan sempurna. Sebaliknya apabila struktur pasar gabah tingkat petani bukan persaingan sempurna yang cenderung monopsoni, kenaikan harga beras ini tidak menaikkan harga gabah. Kenaikan harga beras hanya dinikmati oleh pedagang pengepul dan lembaga-lembaga yang ikut dalam tataniaga beras.

Hasil penelitian Ariwibowo (2013), di Kecamatan Pati menunjukkan adanya tiga pola distribusi, yaitu *pertama*; petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen; *kedua*, petani ke pedagang tengkulak ke penggilingan padi ke pedagang pengecer ke konsumen; *ketiga*, petani ke penggilingan padi ke pedagang pengepul ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi pada varietas padi dominan tertinggi terjadi pada penggilingan padi sebesar 44,4 persen, kemudian pedagang tengkulak 7,5 persen, pedagang pengepul 3,6 persen, dan pedagang pengecer 3,4 persen dari keseluruhan nilai margin pemasaran padi sawah.

Mahardika (2013), meneliti alur pemasaran/distribusi beras di DKI Jakarta yang melalui PIBC berasal dari wilayah Jawa Barat seperti Karawang, Bandung, Cianjur, Cirebon dan Serang Banten. Interaksi antar wilayah menunjukkan bahwa pemasaran beras di PIBC (Pasar Induk Beras Cipinang) sangat dipengaruhi oleh daya dorong dari wilayah asal berupa produksi beras dan jumlah petani di wilayah asal. Fluktuasi harga beras di PIBC untuk beras medium terjadi pada periode Februari-April, walaupun secara umum trend harga beras di PIBC (Pasar Induk Beras Cipinang) untuk kualitas medium cenderung meningkat. Analisis daya dukung lahan wilayah sentra produsen menunjukkan

terdapat 11 kecamatan di wilayah Kabupaten Karawang yang memiliki nilai daya dukung lahan surplus, yaitu Kecamatan Pangkalan, Tegalwaru, Talagasari, Rawamerta, Tempuran, Kutawaluya, Cilebar, Cibuaya, Tirtajaya, Batujaya, dan Pakisjaya, sedangkan 19 kecamatan lainnya memiliki nilai defisit. Secara keseluruhan Karawang memiliki nilai daya dukung lahan defisit (0.63). Namun, dihitung dari daya dukung lahan khusus beras diperoleh status surplus (3.78).

DKI Jakarta mempunyai wilayah pertanian yang berada di beberapa kecamatan yang ada di kota Jakarta Utara (Cilincing, Marunda, Kamal dan Kamal Muara), Jakarta Barat (Pegadungan) dan Jakarta Timur (Pasar Rebo, Ciracas, dan Cipayung). Sebaiknya wilayah tersebut dapat dipertahankan keberadaannya, mengingat fungsi dari lahan pertanian di Jakarta sebagai Ruang Terbuka Hijau (RTH), serta mata pencaharian sebagian penduduk dan sumber pemenuhan kebutuhan beras di wilayah tersebut. Kepemilikan lahannya harus dipertimbangkan karena umumnya petani di Jakarta merupakan petani penggarap.

Menurut penelitian yang dilakukan Winniasri (2007), secara umum daerah sentra produksi padi memiliki karakteristik tersendiri seperti PDRB perkapita yang relatif lebih rendah dari rata-rata PDRB perkapita Indonesia dan daerah defisit, tingkat kesejahteraan masyarakatnya lebih rendah dari daerah defisit, tingkat konsumsi beras perkapita dan jumlah penduduk lebih tinggi dari daerah defisit. Distribusi spasial beras terkait luas tanam, luas panen, produksi, dan produktivitas masih bertumpu pada pulau Jawa. Saluran distribusi beras dari dan ke DKI Jakarta beragam asalnya. Pemasukan beras ke DKI Jakarta melalui PIC (Pasar Induk Cipinang) umumnya berasal dari Jawa barat (wilayah Pantura,

Bandung, dan Sekitarnya), Jawa Tengah (Solo, Demak, Pati, dan Sekitarnya), Jawa Timur (Surabaya, Lumajang, Kediri, dan Sekitarnya), Luar Jawa Seperti Lampung, Palembang, Sulawesi Selatan dengan trend yang semakin meningkat. Sedangkan pengeluaran beras dari DKI Jakarta umumnya ke daerah – daerah seperti Jabodetabek, Jawa barat, Jawa tengah, Jawa Timur, Pontianak, Biak dan Sorong.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah mencari tahu bagaimana pembentukan harga pada saluran distribusi beras. Peneliti tidak hanya mengkaji tentang pola saluran distribusinya saja. Peneliti menekankan pada perilaku tiap-tiap distributor sehingga menyebabkan terjadinya harga beras tersebut.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Penentuan Harga

Dalam pasar harga ditentukan oleh bertemunya penawaran dan permintaan barang. (Setyowati, 2003), Penentuan harga paling ekstrim ada di pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli.

A. Pasar Persaingan Sempurna

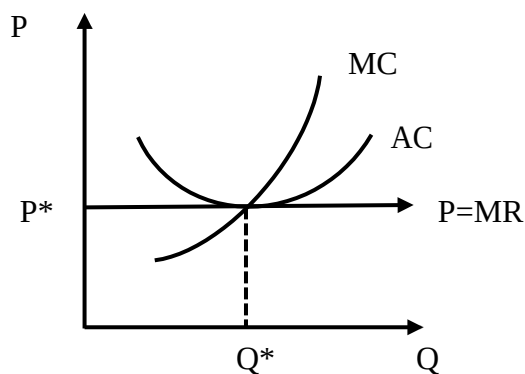
Pasar persaingan sempurna didefinisikan sebagai suatu struktur paasar yang mempunyai ciri–ciri sebagai berikut :

1. Di pasar terdapat banyak penjual dana pembeli, dimana masing-masing penjual dan pembeli tidak dapat memperngaruhi harga dipasar. Banyaknya penjual dan pembeli di pasar mencerminkan kecilnya bagian bagian setiap

penjual dalam menghasilkan barang dibandingkan keseluruhan yang dihasilkan pasar.

2. Semua penjual menghasilkan barang yang identik (homogen) dimana barang yang dihasilkan produsen benar – benar serupa sehingga konsumen dapat membeli dari penjual mana saja tanpa khawatir produk antar penjual ada perbedaan.
3. Setiap pasar mudah masuk dan keluar pasar.
4. Setiap pembeli dan penjual memiliki informasi yang sempurna mengenai pasar. pembeli dianggap mengetahui tingkat harga yang berlaku beserta perubahan – perubahannya.

Penggambaran serta penjelasan pasar persaingan sempurna melalui kurva, dijelaskan pada Gambar 2.1.



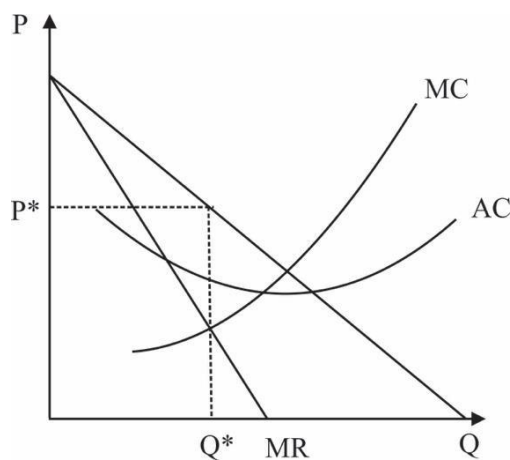
Gambar 2.1 Kurva Pasar Persaingan Sempurna

Kurva penawaran produsen adalah bagian dari kurva marginal cost yang terletak diatas kurva average cost minimum. Kurva penawaran tersebut

diperoleh dari pertemuan antara kurva marginal cost dan garis harga. Titik-titik pertemuan tersebut membentuk kurva penawaran. Kurva penawaran di pasar persaingan sempurna dapat di turunkan dari berbagai kondisi keseimbangan pasar pada berbagai tingkat harga.

B. Pasar monopoli

Karakteristik pada pasar monopoli adalah hanya ada satu penjual dari suatu produk (barang atau jasa) yang tidak mempunyai alternatif produk pengganti (substitusi). Dengan hanya ada satu penjual dari suatu barang atau jasa dalam pasar maka, dalam pasar monopoli tidak ada persaingan antar penjual.



Gambar 2.2 Kurva Pasar Monopoli

Dalam pasar monopoli, keseimbangan perusahaan terjadi ketika marginal revenue sama dengan marginal cost. Apabila kurva permintaan pasar bergeser, maka kurva penerimaan marjinal juga akan bergeser, dan produsen monopolis akan memilih lagi jumlah produksi yang memaksimalkan

keuntungan. Menghubungkan rangkaian titik keseimbangan yang dihasilkan dari pergeseran kurva permintaan tidak memberikan arti. Oleh karena itu, kurva penawaran dalam pasar monopoli tidak dapat dirumuskan dengan baik.

Menurut Setyowati (2003), dalam pasar monopoli dan oligopoli terdapat banyak faktor-faktor penghambat yang akan dihadapi pendatang baru dalam memasuki pasar. faktor – faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1. Faktor penghambat teknis (*technical barrier to entry*)

Penghambat teknis pertama adalah apabila penjual tunggal menghasilkan dan menjual produk dengan kondisi biaya marjinal (*marginal cost*) dan biaya rata – rata (*average cost*) yang menurun pada berbagai kemungkinan tingkat produk. Kondisi MC dan AC yang menurun terjadi karena penjual dalam menghasilkan output berproduksi lebih efisien, dan harga output produksi lebih murah. Penghambat kedua, terjadi karena terbatasnya pasar dibandingkan skala produksi penjual. Terbatasnya ruang gerak pasar hanya akan memberikan ruang hidup yang hanya cukup untuk satu penjual saja. Oleh karena itu, dengan skala produksi penjual yang minimum tetapi terdapat keterbatasan pasar sehingga permintaan pasar dapat dipenuhi oleh satu penjual saja.

Yang terakhir dari hambatan teknis adalah penguasaan faktor produksi strategis yang digunakan dalam menghasilkan produk. Untuk menghasilkan produk dibutuhkan beberapa faktor produksi. Apabila penjual akan menghasilkan produk Strategis tersebut maka penjual harus mampu untuk mendapatkan dan menguasai faktor produksi kuncinya. Apabila ada penjual yang mampu menguasai faktor produksi kunci maka penjual tersebut menjadi satu-satunya yang mampu

memproduksi produk strategis tersebut. Maka di pasar hanya ada satu yang menjual produk strategis tersebut.

2. Faktor penghambat legal (*legal barrier to entry*)

Penghambat legal yang pertama adalah penjual tunggal menghasilkan dan menjual produk dari pemberian hak monopoli oleh pemerintah. Pemberian hak monopoli pemerintah kepada penjual berarti menutup kemungkinan penjual lain untuk menghasilkan dan menjual produk tersebut. Kedua, apabila penjual tunggal menghasilkan produk dengan pemberian hak paten oleh pemerintah untuk menghasilkan produk tersebut. Hak paten adalah hak yang diberikan pemerintah kepada produsen yang telah berhasil menemukan sesuatu yang amat sangat bermanfaat bagi produsen. Seperti menemukan cara memproduksi baru, teknologi baru, dan menemukan faktor produksi baru. pemberian hak paten dari pemerintah ke penjual akan menutup kemungkinan penjual lain untuk memproduksi produk tersebut. Ketiga, faktor penghambat legal adalah terjadi apabila penjual tunggal menghasilkan produk dengan pemberian hak *franchise* oleh penjual lain untuk menghasilkan produk dengan merk tersebut di suatu wilayah. Pemberian hak tersebut berarti menutup kemungkinan penjual lain untuk menghasilkan produk tersebut. Dengan demikian, produsen yang memiliki hak *franchise* akan menjadi *monopolist*.

2.2.2 Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja

Menurut Jaya (2008), ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan pada studi empiris dari faktor-

faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku, dan kinerja pasar. Selain hal tersebut, ekonomi industri merupakan seperangkat konsep dan analisa mengenai persaingan dan monopoli dengan berbagai macam pasar yang berada di antara keduanya. Konsep dasar tersebut adalah sebagai berikut.

1. Di setiap pasar, perusahaan-perusahaan berusaha untuk memperoleh dan memanfaatkan pangsa pasar yang besar, dengan tujuan memaksimalkan keuntungan.
2. Ketika perusahaan-perusahaan saling bersaing, tidak ada perusahaan yang mampu untuk meraih pangsa pasar yang besar. Ini merupakan suatu proses persaingan sehat, dimana penetapan harga yang rendah, memaksa perusahaan melakukan efisiensi dan merangsang kegiatan inovasi.
3. Tetapi apabila ada satu atau beberapa perusahaan memperoleh pangsa pasar yang jauh lebih tinggi dari perusahaan lain, mereka akan memperoleh keuntungan lebih dengan menentukan harga di atas biaya marjinalnya (sehingga harga menjadi lebih mahal). Perusahaan tersebut juga biasanya membatasi output mereka sehingga harga menjadi lebih mahal. Kekuatan monopoli ini dapat menimbulkan kerugian sosial berupa inefisiensi, terhalangnya inovasi serta ketidakadilan dalam pendapatan dan kekayaan.
4. Biaya-biaya monopoli dapat tertutupi sebagian atau seluruhnya oleh manfaat yang diperoleh dari skala ekonomi atau meningkatnya inovasi.

Berdasarkan konsep di atas kekuatan pasar menentukan bentuk-bentuk tertentu. Kekuatan pasar yang dibangun oleh masing-masing perusahaan merupakan tingkatan pangsa mereka. Konsep ini mencegah perusahaan untuk

menaikkan harga terlalu tinggi. Sehingga menimbulkan efek pada perusahaan pada persaingan sempurna dan perusahaan monopolis. Efek yang ditimbulkan pada perusahaan pada persaingan sempurna adalah pelanggan akan lari pada harga yang lebih rendah. Sedangkan perusahaan monopolis dapat menurunkan sedikit harga saja.

2.2.2.1 Strukur Pasar

Struktur pasar menurut Bain (1959), merupakan sebuah bentuk atau pola yang berkaitan erat dengan entitas tertentu di dalamnya, dengan adanya pengaturan terhadap pola tersebut dapat diatur dan disusun. Dalam konteks ekonomi, Bain (1959) menyatakan bahwa struktur pasar memiliki kaitan erat dengan karakteristik organisasi pada pasar tersebut. Karakteristik organisasi tersebut memiliki peran penting dalam penentuan pola hubungan antar produsen dengan produsen, produsen dengan konsumen, pengaruh produsen terhadap produsen lainnya, hingga potensi masuknya produsen baru ke pasar. Karakteristik organisasi akan menciptakan karakteristik pasar dan komposisi pasar, dan memiliki pengaruh strategis dalam membentuk persaingan dan harga di pasar.

Menurut Jaya (2008), struktur pasar bisa dilihat dengan elemen-elemen struktur pasar itu sendiri. Struktur pasar biasanya dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Terdapat 4 jenis struktur pasar utama, yaitu struktur pasar monopoli murni, struktur pasar dominan, struktur pasar oligopoli ketat dan struktur pasar persaingan ketat.

a. Pangsa pasar

Setiap perusahaan mempunyai pangsa pasarnya sendiri, dan berkisar antara 0 – 100% dari total penjualan seluruh pasar. Landasan posisi pasar perusahaan adalah pangsa pasar yang diraihinya. Pangsa pasar dalam praktik bisnis meupakan tujuan/motivasi perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar lebih baik akan menikmati keuntungan dari penjualan produk dan kenaikan harga sahamnya. Peranan pangsa pasar, seperti halnya elemen struktur pasar yang lain, adalah sumber keuntungan bagi perusahaan. Hipotesa umum mengatakan adanya hubungan antar tiap pangsa pasar perusahaan dengan tingkat keuntungannya.

b. Konsentrasi (Pemusatan)

Konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopolis dimana mereka menyadari adanya saling ketergantungan. Kelompok perusahaan ini terdiri dari 2 sampai 8 perusahaan. Kombinasi pangsa pasar mereka membentuk suatu tingkat pemusatan dalam pasar. Bain berpendapat bahwa antara tingkat konsentrasi dengan penghasilan terdapat tingkat korelasi rendah. Penerimaan rata-rata industri yang terkonsentrasi adalah lebih tinggi daripada penghasilan jenis industri yang kurang konsentrasi. Menurut Jaya (2008), terdapat suatu hubungan yang positif antara keuntungan dan tingkat konsentrasi. Adanya konsentrasi ini merupakan halangan masuk yang besar bagi perusahaan baru. Dengan keuntungan yang mereka dapatkan, perusahaan-perusahaan yang ada pada industri itu berusaha meningkatkan lagi konsentrasinya.

Pemusatan merupakan tingkat oligopoli. Para oligopolis dapat melakukan koordinasi secara ketat seakan-akan mereka monopolis sejati.

Persaingan ketat bisa terjadi diantara mereka atau mungkin mengikuti suatu pola lebih lanjut yaitu, kombinasi kekuatan pasar mereka secara perlahan akan mengurangi pengaruh perusahaan yang mempunyai pangsa pasar utama. Oligopoli merupakan suatu yang kompleks, maka derajat pengurangan pengaruh ini bergantung pada banyak hal.

Ada tiga sebab utama yang terdapat pada kompleksitas tersebut. Pertama, adanya gradasi-gradasi tak terbatas dalam derajat oligopoli. Biasanya oligopoli dibedakan menjadi oligopoli ketat dan oligopoli yang longgar. Pasar yang rill terletak antara kedua oligopoli tersebut. Kedua, derajat dan efek saling ketergantungan tidak berkaitan erat. Para oligopolis mungkin akan bertarung, atau bekerja sama, atau saling mengabaikan dan menjalankan kebijakan-kebijakan harga yang terpadu, atau tidak dengan strategi sama sekali. Bila saling berkaitan itu tidak punya pembatas, maka peranan oligopoli dalam struktur pasar berkurang atau bahkan menjadi tidak ada. Ketiga, struktur kelompok berpengaruh pada hasil keuntungan. Kelompok yang mempunyai anggota yang sama, tindakannya bisa berbeda dengan kelompok lain yang tidak didominasi oleh perusahaan. Dengan demikian, hubungan antarpemusatan terhadap keuntungan mungkin terjadi.

2.2.2.2 Perilaku Pasar

Perilaku pasar mengacu pada bagaimana individu perusahaan berperilaku dalam pasar. Beberapa industri pada pasar menghabiskan biaya periklanan dan penelitian pengembangan yang berbeda-beda. Selain itu, kerentanan terhadap dampak dari merger antar perusahaan di miliki dampak yang berbeda-beda pada tiap industri. Maka aktivitas ini mencakup keputusan terkait

penentuan harga, periklanan, investasi dalam aktivitas penelitian dan pengembangan, maupun sejumlah keputusan lainnya pada industri (Baye, 2010).

Menurut Jaya (2008), ada perilaku-perilaku perusahaan seperti penetapan harga, strategi produksi, kolusi, dan penawaran vertikal. Salah satu contoh nyata dari perilaku tersebut adalah oligopoli. Oligopoli mempunyai kecenderungan adanya persamaan harga dan ciri-ciri produk yang sama pada semua perusahaan. Penjelasan oligopoli dapat dijelaskan dengan dua model yaitu, model-model duopoli dan analisis permainan (*games analysis*).

1. Model-model Duopoli

Cournot mengemukakan model duopoli mengasumsikan bahwa masing-masing duopolis menentukan kuantitas outputnya dan percaya bahwa output perusahaan lain akan tetap dari satu periode ke periode lain. Peningkatan skala perusahaan akan mengakibatkan harga mendekati biaya marginal. Sedangkan menurut Bertrand, reaksi yang dilakukan perusahaan dalam pasar oligopoli terhadap pesaing adalah dengan mengamati tingkat harga yang ditetapkan pesaing.

2. Analisis Permainan (*Games Analysis*)

Analisis model duopoli berkembang menjadi analisis permainan (*games analysis*). Pemahaman mengenai kerjasama antarperusahaan untuk meningkatkan keuntungan, interdependensi, dan stabilitas dapat dijelaskan melalui analisis permainan. Dalam analisis ini mengemukakan bahwa harga penjualan produk dapat berbeda-beda, tetapi akan menjadi sama dalam bentuk ekuilibrium.

3. Kolusi Terselubung

Dalam pasar oligopolis ini juga terdapat kolusi terselubung. Kolusi tersebut adalah perilaku pelaku industri yang mempunyai keinginan yang sama dalam penetapan harga dan perilaku seakan menjadi monopoli bersama. Untuk mengikat satu sama lain para pelaku industri mengadakan ikatan dalam kontrak, memperluas organisasi atau pengawasan- pengawasan lainnya. Kolusi yang resmi (eksplisit) mengakibatkan para pelaku industri membangun kepercayaan dan saling tukar menukar informasi antar pelaku. Kondisi industri yang stabil dan tidak bergelombang mengakibatkan lebih efektifnya kolusi terselubung. Perubahan-perubahan dalam biaya produksi dan permintaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan membutuhkan penyesuaian keseimbangan baru yang sulit tercapai.

4. Kepemimpinan Harga

Kepemimpinan harga merupakan masalah satu bentuk kolusi terselubung. Salah satu pelaku industri memimpin dan mengubah-ubah harga, dan para pelaku industri lain mengikuti langkah pelaku tersebut. Setiap pengikut akan lebih diuntungkan apabila mengikuti perubahan harga tersebut. Dalam kepemimpinan harga terdapat tiga macam bentuk rintangan. Rintangan tersebut adalah diferensiasi produk, ekonomisasi perluasan skala produksi, dan keunggulan biaya absolut. Bila produk yang dihasilkan bermutu dan bentuknya berbeda maka harga produk akan berbeda pula. Perusahaan-perusahaan yang sudah lama berada di pasar akan menaikkan harga di atas biaya produksi rata-rata sebelum masuknya perusahaan baru. Suatu perusahaan yang ingin masuk pasar harus berusaha lebih ekstra untuk masuk pasar. Perusahaan baru biasanya mempunyai skala produksi

yang kecil. Perusahaan besar akan menambah kapasitas produksi, sehingga menyebabkan penurunan harga. Para perusahaan kecil akan mengikuti penurunan harga tersebut.

5. Kondisi Biaya dan Permintaan

Setelah kolusi terselubung dan kepemimpinan harga, perilaku pasar dipengaruhi oleh kondisi biaya dan permintaan. Menurut Jaya (2008), pertama bila biaya produksi masing-masing oligopolis adalah berbeda, maka kesepakatan mengenai harga penjualan akan menjadi sulit, karena besarnya biaya akan sangat mempengaruhi harga produk yang dihasilkan. Perbedaan biaya produksi terjadi karena banyak sebab. Perbedaan lokasi usaha, penggunaan imput yang lebih murah, perbedaan kualitas manajemen, skala produksi, pembangunan pabrik dalam ukuran dan waktu yang berbeda-beda menyebabkan perbedaan biaya produksi. Perbedaan tersebut juga disebabkan karena perbedaan kombinasi faktor produksi (perusahaan yang satu *labor-intensive* sementara perusahaan yang lain *capital-intensive*).

Kedua perbedaan dalam permintaan juga terjadi. Bila kurva permintaan berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lain, harga yang diinginkan berbeda pula, walaupun biaya produksinya mungkin sama. Bila biaya produksi dan permintaan berbeda, kemungkinan adanya kesepakatan antara perusahaan satu dengan yang lain dalam penetapan harga akan terjadi perbedaan yang sangat tipis. Oleh karena itu, penetapan harga oligopoli cenderung tidak stabil, kesepakatan sulit diterima masing-masing pihak. Para oligopolis mempunyai keinginan yang sama untuk mengurangi perbedaan tersebut dengan cara apapun. Dengan adanya

perbedaan biaya produksi yang tidak menentu, dianjurkan agar penetapan harga yang seragam dan stabil oleh para oligopolis selama resesi berlangsung merupakan suatu yang luar biasa. Kalau hal itu terjadi, maka biaya produksi dan kurva permintaan akan lurus yang tak mungkin terjadi atau beberapa kesepakatan lain terjadi. Umumnya pergeseran permintaan cenderung mengakibatkan tidak stabilnya penetapan harga karena terpaksa mengadakan perubahan-perubahan dalam produksi maupun harga-harga yang diinginkan perusahaan.

6. Aturan Ibu Jari

Aturan ibu jari, para oligopolis mempunyai sejumlah pilihan dalam aturan ibu jari. Walaupun banyak reaksi yang mungkin dilakukan pesaing, mereka tetap melakukan perhitungan dengan aturan ibu jari. Perilaku ini merupakan alternatif dari strategi teori permainan yang rumit (*game theory strategy*). Dalam teori aturan ibu jari ini, pelaku oligopolis biasa melakukan penetapan harga terbatas dan memaksimalkan penjualan. Penjual sering menambah biaya produksi dengan suatu jumlah tertentu dan kemudian menetapkan harga penjualan berdasarkan biaya produksi baru itu. Harga yang baru tentunya menjadi lebih mahal dari harga sebelumnya. Kenaikan harga tersebut lebih fleksibel dari apa yang terlihat. Persentase penambahan harga dapat bervariasi berdasarkan jumlah pesanan atau jenis barang. Penambahan harga ini dapat disesuaikan dengan derajat kompetisi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan industri sering menetapkan margin yang berbeda-beda pada barang yang berbeda agar mencerminkan kenyataan pasar (derajat kompetisi).

Penjual sering menambah biaya produksi dengan suatu aturan yang sederhana, yaitu meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar. Pegangan ini dapat membantu perusahaan dalam menetapkan volume penjualan, dengan mengabaikan interdependensi dan reaksi pesaing. Perusahaan hanya melihat peranan skala ekonomi, pertumbuhan, pangsa pasar, dan sebagainya. Aturan-aturan seperti ini dapat meningkatkan output penjualan dimana keuntungan perusahaan maksimum. Memaksimumkan penjualan dapat menurunkan harga penjualan tetapi menaikkan volume output yang dijual lebih.

7. Perilaku Harga

Menurut Arsyad (2014), perilaku harga merupakan serangkaian aktivitas dalam penentuan harga dan strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan . Menurut Lipczynski, et al (2005), terdapat 7 strategi harga yang digunakan perusahaan pada pasar, yaitu :

a. Price leadership pricing.

Perusahaan *leader* membentuk *barometric firm leader* (menentukan dirinya (perusahaan) sebagai barometer penentu harga pada pasar), sehingga dalam praktik penentuan harga perusahaan lainnya dalam pasar memperoleh kepercayaan pada barometer tersebut sehingga menetapkan tarif harga mengikuti perusahaan *leader*.

b. Cost plus pricing.

Dalam menghitung harga produk, perusahaan melakukan estimasi biaya variabel rata-rata lalu menambahkan persentase mark-up (di mana persentase mark-up ini memperhatikan biaya tetap dan laba yang ingin diperoleh perusahaan).

c. *Price discrimination.*

Kebijakan perusahaan untuk menjual unit-unit output pada tingkat harga yang berbeda-beda. Strategi diskriminasi harga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba yang lebih besar daripada yang mereka terima ketika menjual produk mereka dengan harga tunggal. Asumsi yang mendasari praktik strategi ini adalah struktur biaya produksi dan produk yang identik.

d. *Peak - load pricing.*

Peak-load pricing merupakan salah satu metode yang digunakan perusahaan untuk menerapkan strategi diskriminasi harga di pasar. Strategi ini digunakan untuk penentuan harga terhadap komoditas dengan sifat *non-storable* dan nilai ekonomi serta pola permintaanya berfluktuasi secara periodik. Penentuan harga yang lebih tinggi diterapkan pada masa ramai (*peak period*) dan harga yang lebih rendah diterapkan pada masa sepi (*off-peak period*). Melalui kombinasi tersebut pendapatan perusahaan dapat dioptimalkan.

e. *Transfer pricing.*

Transfer pricing terjadi ketika dua buah perusahaan yang terkait (*holding* atau *multidivisional*) melakukan transaksi dengan harga tertentu yang tidak sesuai dengan harga pasar. Fenomena ini menjadi masalah ketika harga yang diterapkan dalam praktik jauh berbeda (lebih rendah) dari harga pasar dan terindikasi berpeluang adanya motif penghindaran pajak.

f. Limit pricing.

Strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencegah pemain baru masuk ke pasar dengan menerapkan harga batasan tertinggi (*limit price*) yang menurut perusahaan petahana tersebut dapat mengurungkan niat pemain baru untuk masuk ke pasar dengan pertimbangan berpengaruh pada profitabilitas yang akan diperoleh setelah masuk ke pasar.

g. Predatory pricing.

Strategi harga yang dilakukan perusahaan dengan memotong harga jual produknya, bahkan hingga berada di bawah biaya produksi rata-ratanya, dalam rangka menyingkirkan pesaing area geografis tertentu. Ketika pesaing sudah keluar dari pasar, *incumbent firms* atau perusahaan petahana menaikkan harga jual produknya kembali. *Incumbent firms* mengorbankan potensi profit, bahkan mungkin menderita kerugian dalam jangka pendek untuk mempertahankan kekuatan pasarnya dan potensi profit jangka panjang.

8. Hambatan untuk masuk (*barrier to entry*)

Dalam hambatan untuk masuk terfokus pada persaingan yang potensial oleh pendatang baru. persaingan potensial adalah perusahaan-perusahaan diluar pasar yang mempunyai kemungkinan untuk masuk dan menjadi pesaing yang sebenarnya. Segala sesuatu yang memungkinkan terjadinya penurunan, kesempatan atau kecepatan masuknya pesaing baru merupakan hambatan untuk masuk (*barrier to entry*).

Ada beberapa hal yang menjadi hambatan memasuki suatu pasar. Pertama, hambatan-hambatan timbul dalam kondisi pasar yang mendasar, tidak

hanya dalam bentuk perangkat yang legal ataupun dalam bentuk kondisi-kondisi yang berubah cepat. Kedua, hambatan dibagi dalam tingkatan mulai dari tanpa hambatan sama sekali (bebas masuk), hambatan rendah, hambatan sedang, sampai hambatan tingkat tinggi dimana tidak ada lagi jalan masuk. Ketiga, rintangan-rintangan dan pesaing baru merupakan hal kedua yang memodifikasi pengaruh pangsa pasar dan pemusatan. Hambatan besar dapat memperkuat kekuatan pasar suatu perusahaan dominan. Tetapi hambatan yang rendahpun biasanya tidak dapat menggeser kekuatan pasar keseluruhan, paling tidak dalam jangka pendek.

2.2.2.3 Kinerja Pasar

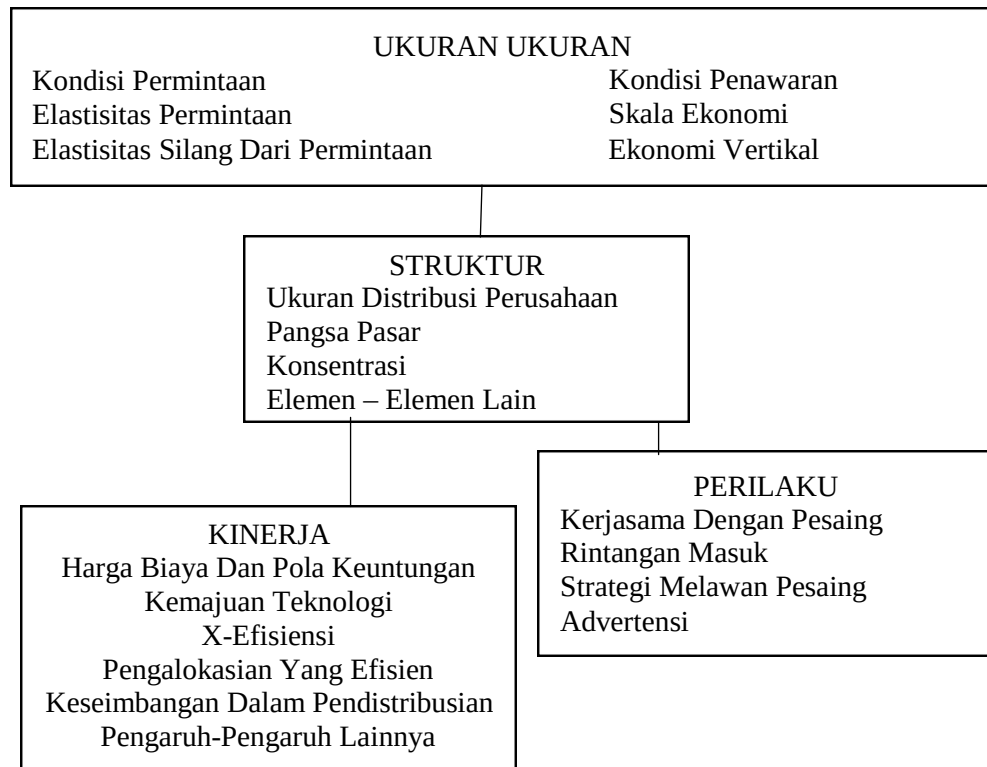
Setelah struktur dan perilaku, hal yang dikaji berikutnya adalah kinerja industri. Baye (2010) mengemukakan bahwa kinerja pasar mengacu pada keuntungan dan kesejahteraan sosial yang dihasilkan industri tertentu. Dalam analisis Baye bahwa keuntungan di berbagai perusahaan di industri terjadi saling perbedaan. Penjualan pada industri memang menjadi faktor penting dalam menyoroti kinerja, namun pada konteks perusahaan-perusahaan besar keuntungannya kecil, sehingga dapat dikaitkan dengan peran penting lain yaitu kesejahteraan sosial, dimana suatu produk industri mendapat branding yang baik di benak pembeli sehingga berpengaruh pada penjualan.

Selain kekuatan pasar, kinerja pasar dapat dilihat dari skala ekonomi, proses yang acak, risiko atau faktor-faktor yang lainnya yang juga bekerja pada mekanisme pasar. Kinerja pasar juga berpengaruh terhadap finansial, Seperti pengaruhnya terhadap harga. Seorang monopolis menaikkan harga pasar di atas biaya marjinal pada berbagai tingkat harga. Hal tersebut memberikan rasio dari

harga terhadap biaya yang penerapannya menggunakan indeks Lerner atau *price cost margin*. Selanjutnya *price cost margin*, dalam teori ini mengemukakan bahwa monopoli mampu menaikkan harga di atas biaya marginal, dan mampu mempengaruhi rasio harga terhadap biaya marginal. Rasio tersebut berhubungan secara terbalik dengan elastisitas permintaan: semakin rendah elastisitas berarti semakin tinggi rasio.

Setelah membahas tentang struktur, perilaku, dan kinerja pasar, selanjutnya konsep tersebut bisa digambarkan dengan konsep ukuran-ukuran untuk menilai suatu pasar, sehingga pasar bisa teridentifikasi dengan baik. Kerangka pendekatan struktur, perilaku dan kinerja pasar dapat dilihat pada gambar 2.3. (Jaya, 2008)

Setiap perusahaan mempunyai suatu struktur pada masing-masing keadaan tertentu. Struktur ini biasanya mempengaruhi perilaku dari perusahaan. Setelah struktur mempengaruhi perilaku, keduanya ini akan mempengaruhi kinerja. Kinerja yang baik terutama mencakup harga yang rendah, efisiensi, inovasi, dan keadilan. Yang utama dari ketiga kondisi ini (struktur, perilaku, dan kinerja) adalah determinan-determinan yang membentuk struktur itu sendiri, yaitu skala ekonomi dan disekonomi.



Gambar 2.3 Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Dasar Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2014), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dari segi pengertian ini, para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasil dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Taylor dan Bogdan (1975), metode kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Moleong (2014) metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak.
2. Metode kualitatif menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.
3. Metode kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola – pola nilai yang dihadapi.

Metode penelitian di sesuaikan dengan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras studi kasus saluran distribusi Kabupaten Cilacap.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di dua tempat yaitu di Kabupaten Cilacap dan di Kota Bekasi tepatnya di Pasar Bantar Gebang. Pemilihan lokasi penelitian di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi karena Kabupaten Cilacap merupakan penghasil gabah dan beras terbesar di wilayah Jawa Tengah. Pasar Bantar Gebang Bekasi merupakan pasar besar dengan serapan beras cukup besar. Selain itu terdapat jalur distribusi beras dari pengepul kecil dan pengepul besar di Kabupaten Cilacap menuju Pasar Bantar Gebang Kota Bekasi dengan kapasitas yang cukup besar. Oleh karena itu peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Kota Bekasi.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian akan membawa pada prinsip bahwa perumusan fokus masalah akan membatasi studi bagi peneliti. Fokus utama adalah penelitian ini merupakan fokus masalah yaitu:

1. Tingkat harga beras

Harga beras di setiap saluran tentu saja berbeda. Tingkat harga adalah harga beras pada level setiap saluran distribusi. Mulai dari harga petani hingga harga pengecer beras.

2. Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan tingkatan pelaku pendistribusi dalam mendistribusikan beras. Mulai dari tangan petani, penggilingan padi, pengepul kecil, pengepul besar, toko besar, hingga pengecer lalu berakhir pada konsumen.

3. Perilaku pelaku distribusi

Yang dimaksud dengan perilaku adalah bagaimana para pelaku dalam penentuannya menjual dan membeli barang. Selain itu bagaimana strategi persaingan antar pelaku.

3.4 Sumber Data

Untuk dapat menemukan hubungan dalam permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini, peneliti menggambi data primer. Menurut Moleong (2014), sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik. Data primer di ambil langsung dari hasil wawancara dengan beberapa pelaku saluran distribusi beras (2 petani di desa Mentasan dan Bojong , pengepul kecil di Desa Mentasan, 2 pengepul besar di Desa Bojong dan Gandrungmangu, 1 toko di Pasar Bantar Gebang serta 1 pedagang pengecer di Bekasi).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Studi pustaka (*Library Research*)

Yang dimaksud dengan studi pustaka adalah peneliti mencari tahu dan mempelajari literatur tertentu yang berkaitan dengan pokok bahasan dari

penelitian yang dilakukan. Literatur tersebut adalah buku-buku, majalah, koran, jurnal, dan semua tulisan-tulisan yang berkaitan dengan objek penelitian. Objek penelitian tersebut adalah tingkat harga beras serta jumlah pedagang beras yang diambil dari Badan Pusat statistik dan badan terkait.

b. Pengamatan (*Observation*)

Observasi dilakukan yaitu mengunjungi para pelaku pada tiap tingkat saluran distribusi untuk melihat dan mengamati aktifitas para pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Kota Bekasi (Pasar Bantar Gebang). Pengamatan pertama dilakukan pada petani gabah di desa Mentasan dan desa Bojong. Setelah itu peneliti melakukan pengamatan pada pengepul kecil di Desa Mentasan, dilanjutkan dengan melakukan pengamatan pada pengepul besar di Desa Gandrungmangu dan Desa Bojong. Pengamatan terakhir dilakukan pada pedagang besar di Kota Bekasi dan pengecer beras di Kota Bekasi. Pengamatan dilakukan pada bulan Oktober, penulis mengamati aktifitas dagang pada setiap pelaku. Pola petani dalam penanam padi di Kabupaten Cilacap adalah sama. Hal yang mendasari pola penanaman padi adalah budaya turun-temurun dari nenek moyang. Lain hal dengan para pengepul, para pengepul menciptakan role model masing-masing dalam melakukan perdagangan dengan petani, pengepul lain, dan dengan pengepul yang lebih besar. Pengepul besar cenderung mempunyai sistem yang lebih baik dari pengepul-pengepul di bawahnya. Namun lain hal dengan toko besar mereka melakukan perdagangan dengan sistem lebih ketat dari pengepul besar. Sehingga para pengecer melakukan hal yang sama yaitu dengan melakukan strategi yang sama.

c. Wawancara mendalam (*indept interview*)

Menurut Moleong (2014) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Wawancara pertama kali pada 2 November 2017, setelah melakukan observasi sebelumnya, maka penulis menentukan subjek pertama yang akan diwawancarai. Setelah informan pertama telah ditentukan, maka wawancara pertama dimulai. Informan menjawab semua pertanyaan dengan baik. Pertanyaan yang diberikan sesuai dengan topik penelitian, menjelaskan berapa harga beras pada tiap tingkat saluran, menjelaskan bagaimana pola dagang, serta bagaimana strategi yang mereka lakukan. Wawancara dimulai pada 14 November 2017 dan berakhir pada 3 Februari 2018.

Dalam proses wawancara menggunakan alat perekam suara yaitu telfon genggam (*handphone*). Sebelum menggunakan alat tersebut, permintaan izin terlebih dahulu kepada informan untuk melakukan perekaman saat wawancara. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti harus seksama menyimak semua jawaban dari narasumber. Hal tersebut sangat mendukung untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan selanjutnya. Sebelumnya harus melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada narasumber serta menjelaskan pada narasumber bahwa wawancara tersebut merupakan proses untuk menyelesaikan tugas dari kampus. Setelah narasumber merasa yakin, barulah wawancara dimulai dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah di siapkan terlebih dahulu sesuai

dengan topik yang diangkat dalam penelitian. Di samping melakukan wawancara, pengamatan aktifitas dari tiap narasumbernya dalam melakukan perdagangan.

3.6 Teknik Penentuan Narasumber

Penentuan narasumber dilakukan dengan sengaja (*purposive*). Pemilihan narasumber kunci secara sengaja. Narasumber kunci yang dimaksud adalah narasumber yang dapat memberikan informasi siapa saja yang potensial dapat memberikan informasi yang sesuai agar data yang didapatkan agar sesuai dengan topik penelitian. Sehingga jawaban dari narasumber sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Narasumber yang dipilih peneliti berjumlah tujuh orang yang terdiri dari dua petani, satu pengepul kecil, dua pengepul besar, satu pedagang besar (toko), dan satu pengecer beras. Ketujuh narasumber tersebut penulis pilih karena mereka merupakan pelaku saluran distribusi pada setiap tingkatan saluran pada distribusi beras dengan lokasi yang berbeda. Selain itu pada wawancara awal mendapatkan rekomendasi dari narasumber pertama bahwa semua narasumber diatas berpotensi untuk menjawab penelitian sesuai dengan topik yang diteliti.

Ketujuh narasumber yang terpilih yaitu:

1. Tijan, umur 47 tahun
2. Edy, umur 54 tahun
3. Muhlasin, umur 49 tahun
4. Dany Dwidedi Nugroho, umur 29 tahun
5. Unang ahmad, umur 35 tahun

6. Koh akui, umur 55 tahun
7. Dani, umur 53 tahun

3.6.1 Narasumber pertama (Tijan)

Narasumber Bapak Tijan merupakan bapak berumur 47 tahun dan beragama Islam. Beliau lahir di Cilacap pada tahun 1971, berstatus sebagai kepala keluarga dan mempunyai 3 anak laki-laki. Ketiga anaknya telah bekerja dan belum ada yang menikah. Narasumber tijan tinggal di desa mentasan. Beliau mempunyai luas lahan sawah sekitar 1 hektar.

Pendidikan terakhir Bapak Tijan adalah Sekolah menengah Pertama (SMP). Tijan menghidupi keluarganya hanya dengan hasil sawah. Ketiga anaknya menempuh pendidikan hanya sampai jenjang SMP saja. Setelah SMP ketiga anaknya bekerja menjadi buruh dan bekerja di bengkel motor. Keseharian Tijan sangat sederhana. Karena menjadi petani sudah turun temurun dilakukan oleh orang tua dan saudaranya, maka gaya hidup Tijan pun mengikuti gaya hidup mereka.

3.6.2 Narasumber kedua (Edy)

Narasumber Bapak Edy adalah bapak berusia 54 tahun dan beragama Islam. Lahir di Cilacap pada tahun 1964, berstatus sebagai kepala keluarga dan memiliki dua anak laki-laki. Anak pertama sudah bekerja sebagai design grafis di suatu percetakan. Anak keduanya membantu Edy mengelola sawah. Edy memiliki sekitar 5 hektar lahan sawah. Luas sawah tersebut merupakan lahan warisan keluarga dan sebagian hasil dari membeli lahan.

Pendidikan terakhir Bapak Edy adalah Sekolah Menengah Akhir (SMA). Anak pertama Bapak Edy menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi dan anak kedua menempuh pendidikan hingga Sekolah menengah Akhir (SMA). Pemenuhan kebutuhan keluarganya berasal dari hasil sawah dan Bapak Edy mempunyai warung kelontong di depan rumahnya.

3.6.3 Narasumber Tiga (Muhlasin)

Narasumber Bapak Muhlasin bapak berumur 49 tahun dan beragama Islam. Lahir di Cilacap pada tahun 1969. Berstatus sebagai kepala keluarga dengan mempunyai dua anak perempuan. Anak pertama telah bekerja dan anak keduanya sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Bapak Muhlasin merupakan seorang pengumpul kelas menengah di daerah Cilacap. Bapak Muhlasin juga mempunyai penggilingan padi (*heller*). Bapak Muhlasin mempunyai 4 karyawan di penggilingan padinya dan karyawan serabutan ketika bongkar muat barang. Keseharian Bapak Muhlasin dibantu oleh istrinya yang berperan sebagai *accounting* di penggilingan padinya.

Pendidikan terakhir Bapak Muhlasin adalah sekolah menengah akhir. Awalnya Bapak Muhlasin berniat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi namun karena terbatasnya biaya dan adik-adik Bapak Muhlasin banyak maka beliau memutuskan untuk tidak melanjutkan pendidikan. Agar semua adik-adiknya bisa mengenyam pendidikan yang sama. Pemenuhan kebutuhan Bapak Muhlasin berasal dari hasil usahanya yaitu penggilingan padi

serta menjadi pengepul gabah dari petani dan sesama pengepul serta menjadi pedagang beras pula.

3.6.4 Narasumber Empat (Dani Dwidedi Nugroho)

Narasumber Mas Dani adalah anak dari Bapak Edy berumur 29 tahun dan beragama Islam. Lahir di Cilacap pada tahun 1989. Berstatus sebagai anak dan belum menikah. Mas Dani mempunyai penggilingan padi yang cukup besar. Dengan usia yang masih muda Mas Dani mempunyai banyak energi untuk mengembangkan usahanya. Mas Dani mempunyai 7 karyawan utama dan beberapa karyawan serabutan.

Pendidikan terakhir Mas Dani adalah Sekolah Menengah Akhir (SMA). Mas Dani tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi karena obsesinya terhadap dunia perdagangan beras seperti ayahnya Bapak Edy. Mas Dani memutuskan untuk membuka penggilingan padi cukup besar agar pertanian ayahnya bisa menjadi pertanian berfokus bisnis.

3.6.5 Narasumber Lima (Unang Ahmad)

Narasumber Bapak Unang adalah kepala keluarga berumur 35 tahun dan beragama Islam. Lahir di Cilacap pada tahun 1983. Berstatus kepala rumah tangga namun belum mempunyai anak. Bapak Unang memiliki penggilingan padi dan gudang yang besar. Kapasitas gudang milik Bapak Unang berkisar 50 – 100 ton. Bapak Unang mempunyai 12 pegawai tetap dan beberapa pegawai serabutan.

Pendidikan terakhir Bapak Unang adalah S-1 Teknik mesin di salah satu Perguruan tinggi swasta di Yogyakarta. Dengan ilmu yang cukup tinggi sistem perdagangan Bapak Unang lebih modern dari para pengepul besar di Kabupaten Cilacap. Bapak Unang merupakan pengepul penyetor beras ke Bulog di daerah Jawa Barat. Dan dia menyerap banyak hasil dari Kabupaten Cilacap. Membawahi para pengepul dibawahnya.

3.6.6 Narasumber Enam (Koh Akui)

Narasumber Koh Akui adalah bapak berumur 55 tahun dan beragama Kristen. Lahir di Banjarmasin pada tahun 1963. Berstatus kepala rumah tangga dan mempunyai dua anak. Anak pertama sedang menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Kota Bekasi. Sedangkan anak kedua sedang menempuh pendidikan di salah satu Sekolah Menengah Akhir (SMA) di Kota Bekasi. Koh akui mempunyai toko besar di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Dengan kapasitas gudang 70 sampai 100 ton. Sirkulasi di toko milik Koh Akui cukup ramai dan tidak pernah sepi.

Pendidikan terakhir Koh Akui adalah Sekolah Menengah Akhir (SMA). Dengan pendidikan yang cukup dan pengalaman dagang yang banyak Akui pelajar selama ia masih kecil. Koh Akui bisa mengembangkan toko miliknya walaupun dengan sistem yang sederhana. Koh Akui mempunyai 7 karyawan saja. Karyawannya hanya berpersan sebagai kuli angkat serta penjaga stand di masing–masing jenis beras yang dipajang. Koh Akui dibantu oleh istrinya dalam pengelolaan keuangan toko.

3.6.7 Narasumber Tujuh (Dani)

Narasumber Bapak Dani merupakan bapak berumur 53 tahun dan beragama Islam. Lahir di Jombang pada tahun 1965. Berstatus kepala rumah tangga dan mempunyai tiga anak. Anak pertama dan anak kedua telah bekerja di salah satu PT distribusi di Kota Bekasi. Sedangkan anak bungsunya masih kecil sedang dalam pendidikan Taman Kanak-Kanak. Bapak Dani merupakan pengecer beras, beliau mempunyai toko kelontong.

Pendidikan terakhir Bapak Dani adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP), dengan hanya berlatar belakang SMP, Bapak Dani mencoba peruntungannya di Ibu Kota. Awalnya Bapak Dani bekerja sebagai buruh pabrik, setelah lama menjadi buruh pabrik akhirnya Bapak Dani memutuskan untuk membuka toko kelontong di rumahnya. Kebutuhan anak-anak yang semakin besar mengharuskan Bapak Dani mencari penghasilan tambahan. Dalam menjalankan toko kelontongnya Bapak Dani dibantu oleh sang istri. Istrinya pun ikut membantunya dengan berjualan kue-kue untuk melengkapi toko kelontongnya. Sehingga kebutuhan anak-anaknya terjamin. Walaupun anak-anaknya telah bekerja namun Bapak Dani tidak mau merepotkan kedua anaknya.

3.7 Alat Pembantu Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua alat bantu penelitian, yaitu:

- a. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai alur atas topik yang di bahas saat wawancara berlangsung. Alur ini digunakan agar pertanyaan-pertanyaan yang

di sampaikan tidak menyimpang dari topik penelitian. Pertanyaan disusun tidak hanya mengacu pada tujuan penelitian, tetapi juga mengacu pada teori yang relevan

b. Alat perekam

Alat perekam digunakan sebagai alat bantu wawancara, sehingga peneliti dapat berkonsentrasi pada jawaban-jawaban dari narasumber tanpa harus berhenti mencatat jawaban-jawaban dari narasumber. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan telephone genggam (handphone) sebagai alat bantu rekam. Sebelum proses perekaman peneliti meminta izin terlebih dahulu kepada narasumber bahwa percakapan diantara keduanya akan direkam. Setelah mendapat persetujuan dari narasumber maka wawancara dimulai.

3.8 Teknis Analisis Data

Metode penelitian ini merupakan pengumpulan data yang diperoleh langsung dari prapenelitian lapangan sebelumnya yang di analisis menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2014), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menentukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data yang diinginkan dengan menggunakan alat-alat bantu penelitian seperti rekaman, catatan lapangan, serta hasil analisis observasi peneliti selama dilapangan.

Setelah data terkumpul, proses selanjutnya adalah melakukan proses penyeleksian, penyederhanaan, penfokusan data dari catatan lapangan serta hasil observasi wawancara. Proses ini berlangsung pada saat peneliti mengkategorikan, memusatkan tema, serta membuat batasan-batasan masalah. Pengurangan data seperti ini diperlukan agar terjadi analisis yang akan menyeleksi, mempertegas dan mengatur sedemikian rupa, sehingga menjadi suatu kesimpulan.

Tahap selanjutnya setelah peneliti mempunyai data dari hasil wawancara, catatan lapangan serta pengamatan lapangan maka peneliti membuat transkrip data untuk mengubah hasil tersebut dalam bentuk tulisan yang lebih sistematis. Setelah data diubah dalam bentuk data transkrip peneliti membaca keseluruhan data untuk mencari hal yang perlu dicatat sebagai fokus penelitian. Fokus penelitian ini selanjutnya akan diolah sesuai kategori agar data yang diperoleh lebih sederhana sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sampai tahap ini peneliti telah menemukan kesimpulan sementara berdasarkan data-data yang telah diproses di atas. Selanjutnya peneliti akan melakukan triangulasi yaitu dengan *check* dan *recheck* antara satu sumber data dan sumber data lainnya. Apakah data yang diperoleh sesuai satu sama lain atau tidak, hal ini dilakukan agar peneliti memperoleh data yang *valid*.

Hasil dari pengumpulan data yang telah diperoleh peneliti menemukan berbagai hal penting yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada saat mengolah data yang telah diperoleh menjadi sebuah kesimpulan sementara, kesimpulan sementara yang diperoleh dari data akan dipahami peneliti. Setelah peneliti memahami hasil kesimpulan sementara, selanjutnya peneliti

mengomentari kesimpulan tersebut sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan atas analisis data tersebut. Setelah kesimpulan terbentuk maka peneliti bisa mendeskripsikan hasil dari penelitian ini. Penelitian berakhir ketika peneliti merasa cukup atas data yang diperoleh serta kesimpulan yang telah sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu penelitian dirasa cukup ketika data yang diperoleh sesuai dengan data penelitian yang telah di kumpulkan penulis.

3.9 Metode Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja

Metode analisis struktur-perilaku-kinerja dipilih karena penggunaan teori stuktur-perilaku-kinerja dapat menganalisis pasar secara luas. Menurut Matyjas (2014), Paradigma struktur-perilaku-kinerja dalam Organisasi Industri Ekonomi gagasan tentang heterogenitas strategi perusahaan dalam industri. Paradigma Struktur-perilaku-kinerja melakukan pengamatan yang berasal langsung dari praktik bisnis di mana perusahaan mampu mengubah struktur industri sebagai hasil dari strategi mereka. Paradigma memungkinkan meningkatkan pengetahuan tentang strategi pada faktor-faktor penentu yang mengatur pertandingan kompetitif dalam industri apa pun. paradigma Struktur-perilaku kinerja mengidentifikasi banyak aspek penting (dari sudut pandang strategis) seperti: ruang lingkup dan batas-batas perusahaan, jenis ekonomi di perusahaan (skala, ruang lingkup dan waktu), cara-cara untuk melakukan diversifikasi kegiatan, analisis, dan perbedaan harga perusahaan antara perusahaan saingan, kondisi pasar dalam aktivitas bisnis (monopolistik, persaingan

oligopolistik dan sempurna), struktur industri dan pasar, dan banyak aspek detail lainnya

3.9.1 Metode Analisis Struktur Pasar (*structure*)

Struktur pasar merupakan hal yang penting dalam suatu persaingan. Dalam suatu saluran distribusi struktur pasar berpengaruh cukup banyak. Penelitian ini menggunakan analisis struktur Pasar dengan melihat banyaknya pesaing dan banyaknya jumlah usaha yang sama. Selain itu jenis barang yang diperjualbelikan juga memcerminkan suatu pasar. Dalam persaingan pasar, tentunya mempunyai hambatan untuk masuk ke dalam pasar. Hambatan masuk pasar merupakan ciri- ciri dari suatu struktur pasar. Maka dari itu penelitian ini menganalisis banyaknya pesaing tiap pelaku saluran, jumlah usaha yang sama, jenis beras, serta hambatan masuk pemain baru serta konsentrasi pasar tersebut.

3.10 Metode Analisis Perilaku (*Conduct*)

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk dapat mendapatkan gambaran mengenai perilaku pada setiap pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap mulai dari petani, penggilingan padi, pengepul, kecil, pengepul besar, toko besar, sampai pengecer. Dalam analisis Perilaku ini peneliti menekankan tentang bagaimana perilaku-perilaku yang menunjang strategi setiap pelaku distribusi di Kabupaten Cilacap dalam mendapatkan pasar sehingga mempunyai keuntungan yang maksimal. Proses observasi dilakukan di setiap tingkatan saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap sampai pedagang besar agar data yang didapatkan relevan dengan topik.

3.11 Analisis Kinerja (*Performance*)

Analisis kinerja digunakan untuk melihat kinerja oleh para pelaku saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap sampai pedagang besar. Fokus kinerja ternilai dari bagaimana mereka menentukan keputusan harga yang diambil. Keputusan harga yang diambil merupakan gambaran dari tingkat keuntungan yang diperolehnya. Tingkat keuntungan menggambarkan tingkat keberhasilan oleh para pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap sampai pedagang besar. Selain tingkat keuntungan, analisis kinerja dilihat dari tingkat kesejahteraan masyarakat akibat pembentukan harga beras yang dilakukan oleh para pelaku saluran distribusi di Kabupaten Cilacap sampai pedagang besar. Kesejahteraan dilihat dari tingkat pengeluaran masyarakat membeli beras dibandingkan dengan tingkat pengeluaran total masyarakat.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi

4.1.2 Gambaran Umum Kabupaten Cilacap

A. Kondisi Perokonomian

Kabupaten Cilacap merupakan salah satu kota industri. Terdapat banyak industri dari mulai dari industri kecil hingga industri besar. Seperti industri kripik sale, kerupuk tengiri, pabrik gula merah, hingga pertamina, dan holcim. Selain industri Kabupaten Cilacap juga merupakan daerah yang mempunyai lahan pertanian yang cukup luas. Dengan sektor industri, sektor pertanian, sektor perikanan yang cukup besar maka penduduk Kabupaten Cilacap sebagian besar bermata pencaharian sebagai pengusaha, buruh, dan bertani dan nelayan.

Pelabuhan perikanan Kabupaten Cilacap merupakan pelabuhan terbesar di pantai selatan pulau Jawa. Sedangkan lahan sawah Kabupaten Cilacap merupakan penghasil kelima terbesar di wilayah Jawa Tengah sebagai pemasok beras di Jawa Tengah. Daerah penghasil beras tersebar di daerah Dayaluhur, Gandrungmangu, Kawunganten, Maos, Kroya dan Nusawungu.

Jumlah penduduk di Kabupaten Cilacap adalah sebesar 2.242.107 jiwa jumlah yang cukup besar untuk sebuah Kabupaten/kota. Berdasarkan angka sementara hasil pencacahan lengkap Sensus Pertanian 2013, jumlah usaha

pertanian di Kabupaten Cilacap sebanyak 253.484 dikelola oleh rumah tangga, sebanyak 6 dikelola oleh perusahaan pertanian berbadan hukum dan sebanyak 14 dikelola oleh selain rumah tangga dan perusahaan berbadan hukum. Hasil survey tersebut membenarkan bahwa Kabupaten Cilacap merupakan penghasil beras yang cukup besar.

4.1.3 Gambaran umum Pasar Bantar Gebang Bekasi

A. Kondisi Perekonomian

Perekonomian Bekasi ditunjang oleh kegiatan perdagangan, perhotelan, dan restoran. Pada awalnya Kota Bekasi hanya berkembang di sepanjang jalan Ir.H.Juanda yang membujur sepanjang 3 km dari alun- alun kota hingga terminal Bekasi. Di jalan ini terdapat berbagai pusat pertokoan yang dibangun sejak tahun 1978. Selanjutnya sejak tahun 1993, kawasan sepanjang Jl. Ahmad Yani berkembang menjadi kawasan perdagangan seiring dengan munculnya beberapa mal serta sentra niaga. Pertumbuhan kawasan perdagangan berkembang hingga Jalan K.H.Noerl Ali, Kranji, Dan Kota Harapan Indah.

Selain itu keberadaan kawasan industri di kota ini, juga menjadi mesin pertumbuhan ekonominya. Dengan menempatkan industri pengolahan sebagai yang utama. Lokasi industri di Kota Bekasi terdapat di kawasan Rawa Lumbu dan Medan Satria. Diantara daerah tersebut terdapat pasar yang berlaju besar yaitu Pasar Bantar Gebang. Karena diapit oleh dua kawasan industri pengolahan maka Pasar Bantar Gebang menjadi pasar yang besar.

Pasar Bantar Gebang Bekasi menyumbang Penghasilan Asli Daerah (PAD) sebesar 2 milyar rupiah⁴. Jumlah tersebut didapatkan dari pungutan retribusi kepada tiap pedagang kios dan pedagang asongan yang berada di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Tercatat terdapat 1500 pedagang yang terdiri dari 1300 pedagang kios dan 200 pedagang kaki lima (PKL).

4.2 Kondisi Industri Beras Di Kabupaten Cilacap Dan Pasar Bantar Gebang Bekasi

Kabupaten Cilacap merupakan penghasil beras terbesar di Jawa Tengah. Tentunya didukung dengan adanya lahan yang luas untuk pertanian padi. Serta masih banyak penduduk yang bermatapencaharian sebagai petani. Tabel 4.1 menampilkan luas panen sawah di Kabupaten Cilacap serta Jumlah produksi gabah dan persentase produktifitas petani.

Tabel 4.1
Tabel Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap

Tahun	Padi Sawah / Padi Ladang		
	Luas Panen	Produksi	Produktivitas
	(ha)	(ton)	(ku/ha)
2013	133.144	765.170	57,47
2014	124.033	672.374,89	54,21
2015	132.742	861.966,61	64,9354849

Sumber : Badan Pusat Statistika Cilacap

Jumlah luas lahan sawah panen Kabupaten Cilacap cukup stabil. Pada tahun 2013 luas panen sebesar 133.144 hektar dengan produksi sebesar 765.170

⁴ <http://jabar.pojoksatu.id/bekasi/2016/03/23/wow-penghasilan-pasar-bantargebang-capai-miliaran-tapi/> diakses pada 14 Februari 2018 :22.12

ton gabah. Tingkat produktifitas petani sebesar 57,47 kwintal per hektar. Terjadi penurunan sebesar 0,93% pada tahun 2014 luas panen di Kabupaten Cilacap sebesar 124.033 hektar dengan produksi padi sebesar 672.374,891 ton gabah. Tingkat produktivitas petani sebesar 54,21 kwintal per hektar. Pada tahun 2015 terjadi kenaikan luas panen sebesar 1.07% pada tahun 2015 luas panen sebesar 132.742 hektar dengan produksi gabah sebesar 672.374,891 ton. Tingkat produktivitas petani sebesar 64,93 kwintal per hektar. Disimpulkan dari data diatas (Tabel 4.1) lahan dan produksi beras di Kabupaten Cilacap cukup besar.

Luas lahan dan produksi gabah yang cukup banyak tentunya membuat banyaknya orang memposisikan diri sebagai pelaku pasar hasil pertanian ini. Petani menjual hasil panen gabahnya kepada penggilingan padi/pengepul kecil. Kabupaten Cilacap mempunyai jumlah penggilingan padi yang cukup banyak. Penggilingan padi di setiap desa minimal terdapat lima penggilingan padi, sedangkan Kabupaten Cilacap mempunyai 265 desa. Apabila dikalikan dengan jumlah penggilingan padi pada tiap desa yang berjumlah lima maka penggilingan padi di Kabupaten Cilacap berjumlah 1325 penggilingan padi. Gabah akan diolah oleh penggilingan padi menjadi beras. Kemudian penggilingan padi akan menjual hasil berasnya kepada pengepul kecil. Persaingan banyak terjadi pada pengepul kecil . Karena jumlah pengepul kecil di Kabupaten Cilacap hampir sama dengan jumlah penggilingan padi. Pengepul besar tidak mengalami persaingan yang lebih longgar Karena jumlah pengepul besar hanya sedikit. Mereka melakukan kerjasama dengan banyak pengepul kecil untuk menyuplai beras sesuai kebutuhan.

Pasar Bantar Gebang merupakan pasar induk besar dengan sirkulasi pasar yang sangat ramai. Terdapat banyak sekali penjual dengan berbagai macam barang dan kualitas yang diperjualbelikan disana. Beras merupakan barang komoditi yang hampir diperjualbelikan dimanapun. Begitu pula di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Pasar Bantar Gebang merupakan salah satu muara perdagangan beras oleh para pedagang beras yang berasal dari Kabupaten Cilacap. Penjual beras di Pasar Bantar Gebang Bekasi didominasi oleh pedagang pengecer. Pedagang pengecer tersebar didalam maupun di luar pasar. Rata-rata penjual pengecer dapat menjual beras sekitar satu sampai dua ton beras per minggu. Hal tersebut dikatakan oleh Bapak Dani sebagai salah satu karyawan toko beras di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Dengan rata-rata penjualan tersebut maka omset pada tiap-tiap pengecer bisa mencapai 13.000.000 rupiah per minggu

4.3 Jenis / varietas Gabah dan Beras Tanam dan Jual di Kabupaten Cilacap

Terdapat berbagai macam jenis atau varietas gabah dan beras yang ada di Indonesia. Jenis dan varietas beras bergantung pada daerah masing-masing seperti pandan wangi, mentik wangi, rojolele, C4 dan lain sebagainya. Jenis dan varietas gabah bergantung pada padi yang ditanam oleh petani pada daerah tersebut. Jenis padi yang ditanam bergantung pada kondisi geografis dan cuaca di masing-masing daerah. Kabupaten Cilacap mempunyai jenis/varietas gabah atau beras yang di tanam oleh petani di Kabupaten Cilacap. Tabel 4.2 menampilkan jenis atau varietas gabah dan beras yang ada di Kabupaten Cilacap menurut hasil tanam petani. Petani cenderung menanam jenis atau varietas gabah atau beras

dengan pertimbangan hasil yang akan mereka dapat dan biaya perawatan selama mengolah. Semakin panjang umur jenis atau varietas padi semakin tinggi pula biaya perawatan sawah yang akan dikeluarkan oleh petani. Sehingga para petani memilih padi/gabah yang cocok ditanam di wilayahnya dengan pertimbangan umur dari jenis atau varietas padi atau gabah yang ada. Sehingga penanaman padi atau gabah akan maksimal untuk para petani.

Tabel 4.2
Jenis atau Varietas Gabah dan Beras
Menurut Hasil Tanam Petani Di Kabupaten Cilacap

No	Nama Jenis / Varietas
1	IR 64
2	Cilamaya
3	Muncul
4	HT
5	Legawa

Sumber : Data Hasil Wawancara

Jenis atau varietas pada Tabel 4.2 mempunyai umur tanaman yang berbeda. Jenis atau varietas padi IR 64 mempunyai umur tanaman 115 hari dari mulai masa penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietas padi cilamaya mempunyai umur tanaman 145 hari dari penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietass padi muncul mempunyai umur tanaman 145 hari dari mulai penanaman bibit hingga panen. Jenis atau varietas padi HT mempunyai umur tanaman 120 hari dari masa penanaman bibit hingga panen. Dan yang terakhir jenis atau varietas padi legawa mempunyai umur 120 hari dari masa penanaman bibit hingga masa panen.

Petani mempunyai kalender tanam yang menyesuaikan musim agar jenis atau varietas padi yang ditanam dapat menghasilkan output padi yang optimal. Kalender petani biasa disebut dengan MT1 dan MT 2 yang merupakan singkatan dari musim tanam 1 dan musim tanam 2. MT1 terjadi pada bulan Oktober sampai dengan maret biasa disebut dengan musim rendeng (penghujan). Jenis varietas yang ditanam petani adalah Cilamaya Dan Muncul. Pada masa penghujan jenis atau varietas cilamaya dan muncul tahan terhadap air, sehingga petani menanam jenis atau varietas Cilamaya dan muncul. MT2 terjadi pada bulan April sampai September biasa disebut musim sadon. Jenis atau varietas yang ditanam petani adalah IR 64, HT, dan Legawa.

Jenis atau varietas beras tidak hanya menurut jenis atau varietas yang ditanam oleh petani. Pada pasar di Kabupaten Cilacap terdapat jenis atau varietas beras menurut nilai jual. Jenis atau varietas tersebut biasanya dijual pada pengepul dan pedagang-pedagang pasar. Tabel 4.3 menampilkan mengenai jenis atau varietas beras menurut nilai jualnya.

Tabel 4.3
Tabel Jenis atau Varietas Beras Menurut Nilai Jual

No	Jenis atau Varietas
1	Beras DN (Raskin)
2	Beras Medium (Beras Sayur)
3	Beras Premium (Beras Super Poles)
4	Beras Panjang
5	Beras Bulat
6	Beras Lama

Sumber : Data Hasil Wawancara

Jenis atau varietas pada Tabel 4.3, merupakan beras menurut nilai jualnya. Nilai jual dapat diindikasikan dengan kualitas beras dan lama beras setelah panen. Beras DN atau beras raskin biasa di jual dari pengepul kepada Bulog dengan kualitas yang telah ditetapkan oleh Bulog. Beras jenis ini merupakan beras dengan kualitas sedang yang ditujukan untuk bantuan beras yang diberikan kepada orang miskin. Beras medium adalah beras dengan kualitas beras pasar medium biasanya disebut dengan beras sayur. Beras premium adalah beras dengan kualitas terbaik para penggilingan padi atau pengepul yang memproduksi beras sendiri biasanya menyebut beras ini dengan sebutan beras super poles. Beras panjang merupakan klasifikasi beras menurut tampilan beras yaitu beras yang mempunyai bentuk panjang. Yang termasuk dalam beras panjang adalah beras IR64, beras Legawa, dan beras HT. Beras *bulet* merupakan klasifikasi beras menurut tampilan beras yaitu beras yang mempunyai bentuk bulat. Yang termasuk beras *bulet* adalah beras Cilamaya dan Muncul. Beras lama adalah beras menurut lama penyimpanannya. Beras lama biasa beras hasil simpanan petani atau pengepul yang berspekulasi harga beras, sehingga beras yang telah dipanen sebelumnya lalu di jual di waktu yang berbeda dari waktu panennya.

4.4 Harga Gabah Dan Beras Di Kabupaten Cilacap

Tabel 4.4
Harga Gabah Menurut Kualitas Gabah Di Kabupaten Cilacap
(Periode akhir tahun 2017 – awal tahun 2018)

No	Nama jenis atau varietas	Harga (Rp)
1	Gabah Bulat	4.000
2	Gabah Panjang	4.500
3	Gabah Baru Panen	5.800
4	Gabah Telah Lama di Penen	5.750

Sumber : Data Hasil Wawancara

Harga pada gabah mengalami perubahan yang cepat. Hal tersebut merupakan akibat dari permintaan pasar gabah mengalami perubahan yang cepat pula. Semakin banyak permintaan gabah pada pasar maka semakin tinggi harga gabah tersebut. Terlebih lagi apabila jumlah hasil panen yang sedikit tetapi permintaan banyak maka harga gabah akan naik berlipat. Selain permintaan, harga gabah dipengaruhi oleh kualitas gabah itu sendiri. Apabila gabah memiliki kualitas yang bagus maka gabah akan di hargai dengan harga yang tinggi, sebaliknya apabila gabah memiliki kualitas yang tidak bagus maka pengepul akan membeli gabah dengan harga yang rendah. Harga pada Tabel 4.4 merupakan harga pada kwatitas yang bagus menurut beberapa narasumber. Harga gabah tertinggi terdapat pada gabah baru panen, menurut narasumber bapak Muhlasin pengepul kecil Kabupaten Cilacap, gabah baru panen mempunyai harga yang lebih tinggi dari pada gabah lain dikarenakan butiran gabah baru panen masih mempunyai bentuk yang utuh. Sehingga apabila diproses menjadi beras gabah tersebut tidak pecah. Penjualan beras dari gabah baru panen lebih cepat dari pada gabah lama panen. Gabah lama panen apabila di proses menjadi beras cenderung

pecah. Butiran beras hasil gilingan tidak utuh. Harga jual beras menjadi turun, karena kebanyakan pasar menginginkan beras dengan bentuk sempurna.

Selanjutnya harga beras diklasifikasikan menurut jenis atau varietas tanaman yang ditanam petani dan menurut kualitas jenis atau varietas beras. Seperti yang dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, jenis atau varietas beras di Kabupaten Cilacap terbagi menjadi 5 jenis. Tabel 4.5 menampilkan harga beras di Kabupaten Cilacap menurut jenis atau varietas padi yang di tanam petani pada bulan Februari 2018.

Tabel 4.5
Harga Beras Menurut Jenis atau Varietas Tanaman
(Bulan Januari 2018)

No	Nama varietas	Harga (Rp)
1	Beras IR	9.600
2	Beras Logawa	7.000
3	Beras Cilamaya	14.000
4	Beras HT	10.500
5	Beras Muncul	13.500

Sumber : Data Hasil Wawancara

Perubahan harga beras terjadi akibat hasil panen gabah dari petani tidak terus menerus sama. Tidak semua petani menanam jenis atau varietas yang sama di setiap masa tanamnya. Terkadang petani menginginkan menanam padi sesuai dengan keinginannya. Sehingga harga beras akan naik karena jumlah beras tersebut hanya sedikit. Namun tidak semua petani melakukan hal tersebut. Harga beras pada Tabel 4.5 merupakan harga beras pada tingkat penggilingan padi dan pengepul kecil. Menurut narasumber Bapak Unang Ahmad, pengepul besar di Kabupaten Cilacap, harga beras tertinggi terjadi pada awal tahun 2018, beliau

berasumsi bahwa kenaikan harga ini akibat dari hasil panen petani mengalami penurunan.

Selain harga beras menurut jenis atau varietas di Kabupaten Cilacap perdagangan beras menggunakan klasifikasi kualitas beras. Beras-beras menurut kualitas ini merupakan beras-beras menurut jenis atau varietas namun lebih dispesifikasikan lagi menggunakan ukuran kualitas. Harga beras ini lebih mudah mengalami perubahan harga, karena beras-beras tersebut beras yang lebih banyak di perjualbelikan antar pengepul dan pedagang besar serta pengecer. Sehingga harga yang terbentuk lebih cepat berubah. Tabel 4.6 menampilkan mengenai harga beras menurut kualitas beras yang terdapat di Kabupaten Cilacap.

Tabel 4.6
Harga Beras Menurut Kualitas beras di Kabupaten Cilacap
(Periode Akhir Tahun 2017)

No	Nama Varietas	Harga (Rp)
1	Beras DN (Raskin)	8.600
2	Beras Medium (Beras Sayur)	11.000
3	Beras Premium (Superpoles)	12.700
4	Beras Panjang	9.150
5	Beras Bulet	8.950
6	Beras Lama	6.500

Sumber : Data Hasil Wawancara

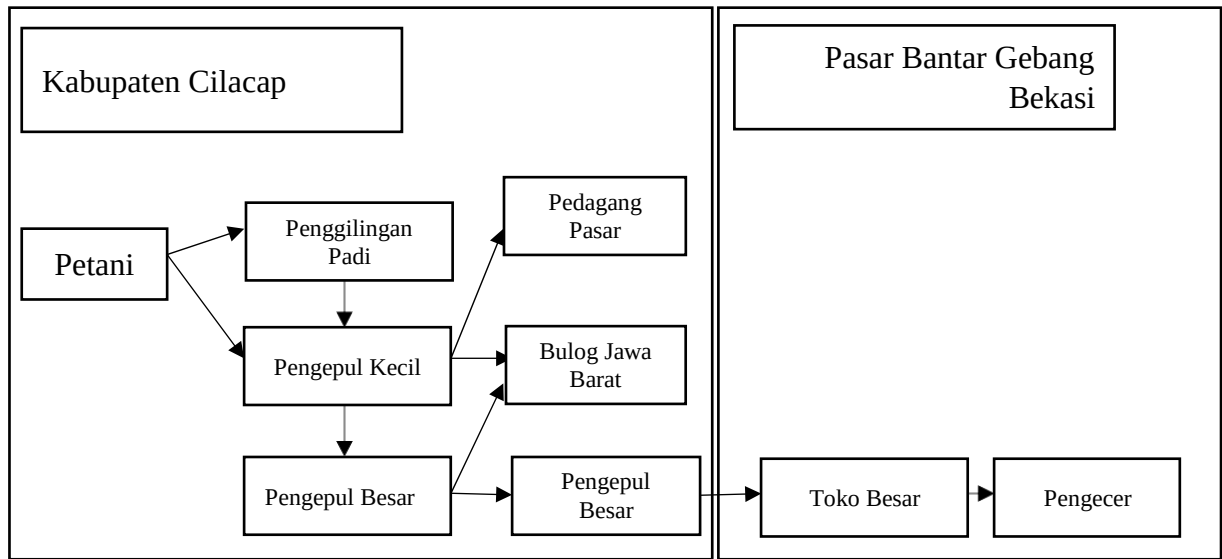
Harga beras pada Tabel 4.6 cenderung harga beras tinggi. Harga tersebut adalah harga pada pengepul kecil. Menurut narasumber Bapak Dani Dwidedi, harga beras pada akhir tahun 2017 tersebut adalah harga beras yang ditimbulkan akibat kurangnya pasokan gabah dalam pasar. Beras menjadi langka terjadi akibat gagal panen dari petani. Beras menurut klasifikasi kualitas beras

merupakan gabungan beras dari jenis atau varietas tanam yang dipisahkan sesuai kebutuhan pasar dan bergantung pangsa pasar.

4.5 Alur Distribusi atau Penjualan Beras Di Kabupaten Cilacap Menuju

Pasar Bantar Gebang Bekasi

Suatu perdagangan tentunya mempunyai saluran distribusi barang. Begitu juga dengan beras. Beras merupakan sektor perdagangan yang menjanjikan. Karena beras merupakan barang kebutuhan pokok di Indonesia. Penelitian di Kabupaten Bayuwangi (Purwono,2013), mengatakan bahwa saluran tataniaga beras terdiri dari 12 saluran dan ada 6 jenis lembaga tataniaga (kelompok tani, penebas, penggilingan, pedagang besar, pedagan pengecer, subdivisi regional Bulog) Studi ini menfokuskan pada saluran distribusi beras dari Kabupaten Cilacap menuju ke pedagang beras Kota Bekasi. Terdapat tingkatan-tingkatan pelaku distribusi beras yang berbeda dengan Kabupaten Banyuwangi. Tabel 4.1 menampilkan mengenai saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.



Gambar 4.1 Saluran Distribusi Beras Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi

Petani di Kabupaten Cilacap menjual hasil panennya berupa gabah kepada penggilingan padi atau kepada pengepul kecil yang terdapat di Kabupaten Cilacap. Penggilingan padi memproses gabah menjadi beras untuk dijual kepada pengepul kecil yang terdapat di Kabupaten Cilacap. Pengepul kecil menjual gabahnya dalam bentuk gabah atau bisa diolah dalam bentuk beras. Beras atau gabah dari pengepul kecil lalu dijual kepada pengepul besar yang terdapat di Kabupaten Cilacap ataupun daerah lain seperti Bandung, Ciamis dan ataupun Cianjur untuk diolah lebih lanjut. Pengolahan padi menjadi beras menggunakan mesin *rice milling* atau yang biasa disebut dengan *heller*. Selain pada pengepul besar, distribusi beras dari pengepul kecil di Kabupaten Cilacap juga menuju pedagang-pedagang beras di pasar tradisional Kabupaten Cilacap secara langsung. Karena pengepul kecil jangkauan untuk menjadi pemasok pedagang beras di pasar lebih cepat dari pada pengepul besar. Selain jangkauan yang lebih mudah,

pedagang pasar hanya mengambil beras dengan partai yang kecil sehingga pengepul kecil mampu untuk memenuhi permintaan pedagang beras.

Sampai pada tangan pengepul besar, beras diolah dengan kemasan yang lebih spesifik sesuai dengan jenis beras yang ada. Pengepul besar menjual beras dalam bentuk beras murni ataupun beras olahan. Yang dimaksud dengan beras olahan adalah beras yang dicampur dengan beras lain, sehingga kualitas beras lebih bagus. Beras pada pengepul besar merupakan beras yang di proses sesuai dengan permintaan pasar. Setelah beras siap di pasarkan kembali, pengepul besar menjual beras tersebut kepada sesama pengepul beras untuk mencukupi kebutuhan sesama pengepul besar, kepada toko besar beras yang biasanya terdapat pada kota-kota besar. Dan pada penelitian ini toko besar yang dimaksudkan berada di Pasar Bantar Gebang bekasi. Kemudian beras yang terdistribusikan sampai pada toko dijual kembali kepada pedagang pengecer sehingga lebih mudah sampai pada tangan konsumen.

Selain pada pasar pengepul besar dan kecil di Kabupaten Cilacap mendistribusikan berasnya menuju pada Bulog Jawa Barat. Bulog sebagai lembaga pemerintah yang mengatur tentang kebijakan beras, merupakan sasaran distribusi oleh para pengepul kecil dan pengepul besar. Bulog membuka peluang kepada seluruh pedagang beras untuk turut memasok beras kepada Bulog. Bulog menetapkan standar beras yang bisa masuk pada Bulog. Apabila pedagang/pengepul memenuhi standar maka pedagang/pengepul beras tersebut dapat memasok beras pada Bulog. Bulog menerapkan sistem perjanjian kontrak kerja, sehingga dalam waktu kontrak yang telah ditetapkan pengepul akan terus

memasok beras pada Bulog. Namun Bulog juga membuka pasokan beras melalui *tender*. Yang dimaksud dengan *tender* disini adalah suatu perusahaan atau pengepul beras yang membuka kontrak pada Bulog untuk memasok beras.

4.6 Karakteristik Pelaku Distribusi Beras di Kabupaten Cilacap Dan Kota

Bekasi

A. Petani

Kabupaten Cilacap mempunyai dua daerah dengan luas sawah yang cukup besar. Petani tersebar di dua daerah pertanian padi yaitu Cilacap Barat dan Cilacap Timur. Cilacap Barat terdiri dari Daerah Dayaluhur, Sidareja, Gandrungmangu dan Kawunganten. Sedangkan Cilacap Timur terdiri dari daerah Maos, Kroya, Adipala, dan Nusawungu. Masing-masing wilayah mempunyai karakter petani yang berbeda. Petani Kabupaten Cilacap masih menggunakan sistem pertanian semi-modern dalam pengelolaan sawahnya. Pertanian semi modern adalah pertanian yang menggunakan separuh tenaga manusia dan separuh tenaga mesin.

Petani wilayah Cilacap Timur mempunyai sistem pertanian yang kompak. Penanaman jenis atau varietas padi semua sama. Pada musim tanam apapun semua sama, dan waktu penanaman bibitpun sama. Sehingga petani wilayah Cilacar Timur mempunyai kedisiplinan masa. Hal tersebut mengakibatkan hasil panen mereka menjadi optimal. Lain halnya dengan petani wilayah Cilacap barat, petani wilayah Cilacap barat kurang mempunyai kedisiplinan. Jenis atau varietas padi yang akan ditanam berpatokan pada

keinginan sendiri dan waktu penanaman juga berpatokan pada keinginan sendiri sehingga hasil yang didapatkan oleh petani tidak maksimal. Kekompakan petani pada wilayah Cilacap Timur mengakibatkan kontrol terhadap hama lebih mudah sekaligus menurunkan resiko hama yang menyerang lahan sawah.

Selain kedisiplinan dan kekompakan, kebudayaan yang di tinggalkan nenek moyang dalam bertani menjadi salah satu ciri atau karakter dari petani Kabupaten Cilacap. Petani di Kabupaten Cilacap cenderung hanya bertani untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dari masa penanaman bibit, hingga masa panen. Orientasi petani bisnis masih sangat jarang. Pengarahan petani menjadi petani bisnis dengan menggunakan media kelompok tadi pada tiap kecamatan.

B. Penggilingan Padi

Penggilingan padi merupakan saluran kedua dari seluruh rangkaian saluran distribusi beras. Selain memproses padi menjadi beras, penggilingan padi cenderung mengepul gabah dari petani. Sehingga peranannya menjadi dua yaitu memproses padi menjadi beras dan menjadi pengepul yang setara dengan pengepul kecil. Penggilingan padi di Kabupaten Cilacap masih menggunakan mesin sederhana. Tidak bisa memproses beras dengan jumlah yang banyak. Karena jarang pula petani menggiling padi dengan jumlah yang banyak. Penggilingan padi yang memproduksi beras banyak merupakan penggilingan yang mempunyai kerjasama dengan para pengepul. Baik pengepul kecil maupun dengan pengepul besar.

Penggilingan padi memposisikan diri sebagai pembawa informasi pertama kepada petani mengenai harga terbaru dari gabah. Perkembangan harga

gabah yang mempunyai fluktuasi yang cepat membuat para petani cenderung bergantung pada penggilingan padi untuk menentukan harga. Kelompok-kelompok petani yang ada di Kabupaten Cilacap merupakan kelompok tani gagasan dari pemilik-pemilik penggilingan padi. Sehingga penggilingan padi cenderung sangat dekat dengan petani.

C. Pengepul kecil

Kabupaten Cilacap merupakan daerah penghasil beras yang cukup besar. Tentunya dibarengi dengan jumlah petani yang banyak. Petani dengan lahan yang cukup luas cenderung merangkap menjadi seorang pengepul kecil. Peranan dari pengepul kecil adalah sebagai seseorang yang mengarahkan petani agar petani mendapatkan output yang maksimal. Seorang pengepul kecil mempunyai sistem bisnis yang sederhana. Mereka hanya mengumpulkan gabah dari petani-petani dan saling bertukar/melakukan penjualan dengan sesama pengepul kecil.

Pengepul kecil cenderung memonopoli penjualan gabah pada wilayahnya. Hal ini terjadi karena petani cenderung mempercayakan padi nya untuk di jual kepada pengepul terdekat. Tidak ada biaya tambahan untuk menjual gabah sehingga pengepul kecil yang berada di daerah tersebut tentunya menjadi sasaran penjualan padi oleh petani.

D. Pengepul Besar

Lain hal dengan pengepul kecil, pengepul besar di Kabupaten Cilacap merupakan pengusaha beras yang perputaran barang nya sudah menjelajahi banyak tempat. Pengepul besar melakukan penjualan tidak hanya di daerah

Kabupaten Cilacap saja. Melainkan ke luar daerah, orientasi bisnis pengepul besar setars dengan orientasi perusahaan besar lainnya. Dengan kapasitas yang besar pengepul besar dapat menjadi muara dari pengepul kecil di daerah Kabupaten Cilacap.

Para pengepul besar mempunyai sifat open proyek, mereka jadi pemasok beras untuk daerah mana jasa dengan kualitas beras yang di inginkan oleh peminta. Dengan jumlah pengepul yang sedikit, pengepul bisa menentukan siapa saja yang dapat menjadi rekan atau pesaingnya. Sehingga persaingan yang dibuatnya mempunyai karakter yang luwes. Tidak hanya bersaing namun juga saling pertukar informasi.

E. Toko Besar

Toko besar yang dimaksudkan disini adalah toko besar yang berada di Kota bekasi tepat nya di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Didalam wilayah perkotaan yang besar tentunya karakter pedagang semakin keras. Toko besar berlomba-lomba menempatkan posisi sebagai penguasa pasar beras. Cara pendekatan mereka pada sasaran pasar adalah dengan memdahulukan pedagang kecil untuk menjadi mitra nya. Hal ini dilakukan karena spekulasi umur kerjasama dengan pedagang kecil lebih lama dari pada melakukan kerjasama dengan toko besar lainnya.

F. Bulog

Bulog merupakan lembaga pemerintah untuk mengendalikan dan menangani komoditas beras. Bulog dapat membuat kebijakan-kebijakan yang dibutuhkan untuk membuat kontrol pada komoditi beras. Sifat kebijakan adalah

wajib dipatuhi oleh para pedagang beras. Bulog juga mempunyai hak dan wewenang untuk di patuhi oleh para pegawainya. Bulog mempunyai politik tarik ulur kepada pedagang agar Bulog juga mendapat data dari realita keadaan beras di lapangan. Untuk bahan pertimbangan atas kebijakan-kebijakan yang akan dibuat Bulog.

G. Pengecer Beras

Pengecer merupakan saluran yang terdekat dengan konsumen. Jaringan tata niaga para pengecer beras disandarkan pada sikap saling mempercayai melalui pola interaksi yang cenderung tetap atau langganan. Adanya solidaritas yang tinggi terhadap sesama pengecer. Karena dengan melakukan hal itu pengecer beras akan tetap mempunyai langganan yang tetap. Tidak saling berebut langganan dengan sesama pengecer.

4.7 Analisa Struktur Perilaku-Kinerja

4.7.1 Struktur Pasar Kabupaten Cilacap dan Pasar Gantar Bebang Bekasi

Struktur pasar merupakan hal yang mendasar dalam suatu industri. Dalam setiap industri terdapat bermacam-macam jenis pasar. Struktur pasar dapat dilihat dari banyaknya jumlah pesaing, jumlah barang, serta jenis barang yang diperdagangkan. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis struktur pasar menggunakan analisis elemen-elemen struktur pasar yaitu konsentrasi pasar.

4.7.1.1 Konsentrasi

Konsentrasi pasar merupakan elemen yang mendominasi dalam struktur pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Kota Bekasi. Konsentrasi dilakukan

oleh setiap pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi. Konsentrasi dilakukan oleh para pengepul kecil dan pengepul besar untuk mendapat keuntungan yang maksimal.

Menurut narasumber Mas Dany Dwidedi sebagai pengepul besar di Kabupaten Cilacap, menyatakan bahwa pengepul melakukan pembelian beras pada berbagai pangsa pasar agar harga beras yang terbentuk mempunyai tingkat keuntungan yang mereka inginkan. Konsentrasi dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam kesamaan harga yang ditawarkan oleh sesama pengepul kecil hingga pengepul besar. Harga yang ditawarkan mereka berkisar pada Rp.10.500 hingga Rp.11.700. Kesamaan harga tersebut mengindikasikan bahwa para pengepul kecil dan besar melakukan pengaturan secara tidak sengaja pada harga beras dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap.

Pengaturan secara tidak sengaja ini tidak dilakukan oleh para pengecer di Pasar Bantar Gebang Bekasi. Para pengecer hanya mengikuti harga yang telah terbentuk dari saluran atasnya yaitu pengepul besar dan toko besar. Harga beras sebenarnya telah ditentukan oleh Bulog. Namun Bulog bukan memonopoli persaingan beras. Harga yang ditetapkan Bulog merupakan harga yang dibentuk Bulog untuk mengatur kestabilan harga beras melalui pembentukan harga beras di pasar. Pernyataan ini dinyatakan oleh Bapak Unang Ahmad sebagai pemain Bulog.

Menurut analisis Alistair (2004), persaingan pada pasar oligopoli longgar atau monopolistik akan terjadi produk industri yang sifatnya heterogen dan informasi cukup terbuka. Dalam pembentukan harga beras ini, memang

barang yang dijual adalah sama yaitu beras. Tetapi ada beberapa jenis atau varietas beras yang diperjualbelikan sehingga heterogenitas produk terjadi. Menurut narasumber Bapak Edy selaku petani di Kabupaten Cilacap mengatakan bahwa jenis atau Varietas Beras yang diperjualbelikan di Kabupaten Cilacap mempunyai jenis atau varietas yang beragam. Keberagam jenis atau varietas terjadi di tiap-tiap daerah penghasil beras tersebut. Seperti pada wilayah Cilacap Barat petani menanam padi dengan jenis atau varietas Cilamaya dan Muncul, sedangkan wilayah Cilacap Timur jenis atau varietas padi yang ditanam petani adalah jenis atau varietas IR 64 dan Logawa.

4.7.2 Analisis Perilaku Pelaku Pada Saluran Distribusi Beras

Perilaku pelaku saluran distribusi beras terbagi menjadi dua yaitu hubungan antar perilaku dan strategi pelaku saluran distribusi.

4.7.2.1 Hubungan Antar Pelaku Distribusi

Hubungan antar pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi adalah kerjasama dan persaingan. Hubungan yang terjadi pada saluran distribusi ini merupakan hubungan formal dan informal. Hubungan formal terjadi ketika sesama pelaku distribusi melakukan transaksi bisnisnya masing-masing. Hubungan informal terjadi ketika sesama pelaku melakukan hubungan pergaulan sehari-hari.

4.7.2.2 Hubungan Formal

Hubungan formal antar pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi:

a. Petani

Petani Kabupaten Cilacap memproduksi padi guna memenuhi kebutuhan konsumsi beras di Kabupaten Cilacap. Kemudian dijual kepada penggilingan padi.

b. Penggilingan padi

Penggilingan padi di Kabupaten Cilacap memproses padi menjadi beras, yang kemudian dijual kepada pengepul kecil.

c. Pengepul kecil

Pengepul kecil di Kabupaten Cilacap mengumpulkan padi/ beras untuk dijual kepada pasar atau kepada pengepul besar dan Bulog.

d. Pengepul besar

Pengepul besar di Kabupaten Cilacap menerima hasil jual dari pengepul kecil dan memproses beras sesuai pangsa pasar nya lalu menjualnya kembali kepada toko besar atau Bulog.

e. Toko besar

Toko besar di Pasar Bantar Gebang Bekasi membeli beras kepada pengepul besar di Kabupaten Cilacap untuk dijual kembali kepada pengecer atau konsumen secara langsung.

f. Bulog

Bulog menerima dan mengumpulkan pasokan beras dari pengepul kecil maupun besar untuk di distribusikan kembali ke pasar untuk stabilisasi harga beras.

g. Pengecer beras

Pengecer beras di Kabupaten Cilacap Maupun di Pasar Bantar gebang Bekasi merupakan Muara dari saluran distribusi beras, pengecer membeli beras dari toko besar atau pengepul lain untuk langsung di salurkan kepada konsumen secara langsung.

4.7.2.3 Hubungan Informal

Hubungan formal memang terlihat sangat kaku, dan berbeda dengan hubungan informal. Menurut narasumber Mas Dany Dwidedi pengepul besar di Kabupaten Cilacap. Hubungan informal antar pengepul kecil dan pengepul besar adalah hubungan *paseduluran* antar pengepul. Paseduluran yang dimaksud ini adalah hubungan antara para pengepul yang lebih dari sekedar hubungan bisnis. Melainkan hubungan emosional yang mendalam seperti layaknya keluarga. Mayoritas pengepul kecil dalam ikatan paseduluran melakukan hubungan bisnis dengan orang lain dengan sistem saling tolong-menolong agar usahanya bisa bertahan dengan lama. Menyambung hidup bersama adalah salah satu strategi mereka dalam melakukan bisnis.

Hubungan formal antar pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi tidak hanya tersebut di atas. Hubungan antar pelaku saluran distribusi di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi merupakan bentuk dari perilaku-perilaku pasar. Kerjasama dan Kolusi merupakan perilaku yang mendominasi dalam penelitian ini. Menurut Jaya (2008), kerjasama yang dapat bertahan lama berupa di antara perusahaan-

perusahaan yang ada di suatu industri tertentu akan menjadi kolusi berjalan dengan sangat efektif. Semakin solid kerjasama antar mereka, semakin mirip mereka dengan pasar monopoli.

4.7.2.4 Strategi Pelaku Saluran Distribusi

Sebagai pelaku bisnis para pelaku saluran distribusi mempunyai strategi untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Dalam penelitian ini para pelaku saluran distribusi mempunyai empat strategi pasar yaitu kerjasama, kolusi terselubung, dominasi pasar, dan hambatan pasar.

A. Kerjasama

Dalam penelitian ini kerjasama yang terjadi antar pelaku adalah kerjasama informasi. Menurut narasumber bapak Unang Ahmad sebagai pengepul besar di Kabupaten Cilacap, mengatakan bahwa informasi terbuka dapat diperoleh oleh pelaku paling kecil yaitu petani. Petani dapat mengetahui harga terbaru dari para pengepul dan melalui media yang telah berkembang pesat ini. Antar pengepul kecil bertukar informasi mengenai harga serta kondisi terkini persaingan beras di Kabupaten Cilacap dan sekitarnya. Informasi merupakan hal yang penting namun bukan hal yang harus disimpan sendiri karena informasi merupakan alat untuk menentukan strategi yang dilakukan kedepannya. Sedikit berbeda dengan pengepul kecil, pengepul besar cenderung menyimpan informasi yang mereka dapatkan dari toko besar dan Bulog. Karena pemain pengepul besar berjumlah sedikit, sehingga untuk menjaga eksistensi perusahaannya mereka sedikit memilah informasi untuk dibagikan.

Dengan gampangya memperoleh informasi atas harga dan kondisi masing-masing perusahaan, pengepul kecil melakukan banting harga agar pengepul tersebut dilirik oleh pengepul besar. Dengan keuntungan yang diambil sedikit namun menurut narasumber bapak Muhlasin pengepul kecil, mengatakan bahwa apabila mengambil keuntungan sedikit melalui banting harga maka sirkulasi penjualannya akan semakin cepat sehingga keuntungan yang didapat akan menjadi sama dengan para pengepul kecil yang mengambil untung banyak.

B. Kolusi Terselubung

Perilaku yang mendominasi selanjutnya adalah kolusi terselubung. Antar pengepul kecil melakukan kolusi terselubung dengan cara menyepakati harga yang telah ditentukan salah satu pengepul yang dominan, agar menghasilkan harga yang sesuai dengan yang tingkat keuntungan yang diinginkan. Lain hal dengan pengepul kecil, pengepul besar melakukan kolusi terselubung dengan seseorang yang membuka kontrak dengan Bulog atau yang biasa dikenal dengan *agen*. Agar mereka mendapat jaminan untuk tetap menjadi mitra Bulog. Agar para pengepul besar dapat terus menjadi bagian dari pemasokan beras untuk Bulog.

C. Dominasi Pasar

Setelah terjadinya hubungan dan perilaku di atas, penentuan harga kemudian menjadi sorotan dalam analisis penelitian ini. Kondisi petani dan hubungan antar pengepul merupakan faktor yang terlihat dalam pembentukan harga pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar gebang

Bekasi. Tentunya terdapat salah satu pelaku yang mendominasi pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.

Menurut narasumber bapak Unang Ahmad pengepul besar di Kabupaten Cilacap, pelaku yang mendominasi pembentukan harga pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi adalah para pengepul besar. Dominasi ini bukan merupakan bentuk dari monopoli pasar karena dalam pasar beras tidak mungkin terjadi monopoli. Dominasi ini merupakan bentuk akibat dari pengaruh pelaku saluran distribusi dalam penentuan keputusan harga pada tingkatan saluran distribusi. Pengepul besar yang mempunyai akses yang lebih dekat terhadap Bulog sebagai penentu kestabilan harga. Pengepul besar menjual harga beras lebih rendah dari harga yang ditetapkan Bulog. Hal tersebut bisa dilakukan pengepul besar karena pengepul besar bermain beras dalam jumlah yang besar. Pengepul besar juga merupakan muara dari pengepul-pengepul kecil yang terdapat di Kabupaten Cilacap sehingga pengepul besar dapat membuat patokan harga yang sesuai dengan tingkat keuntungan yang diinginkannya. Namun satu pengepul besar tidak bisa memonopoli harga, karena para pelaku distribusi beras bebas memilih menjual beras kepada siapa saja.

D. Hambatan Masuk Pasar (*barrier to entry*)

Selain dominasi pasar dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi, hambatan untuk masuk (*barrier to entry*) dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi menjadi fokus analisis. Dengan laju perdagangan yang cukup

dinamis, tentunya persaingan antar pelaku distribusi sangatlah ketat. Dalam saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi terdapat hambatan untuk masuk persaingan pasar beras. Hambatan untuk masuk persaingan tidak ada karena para pemain lama pada pasar beras di Kabupaten Cilacap dan Kota Bekasi tidak menghalangi para pemain baru untuk masuk ke dalam pasar. Namun halangan yang terjadi adalah modal. Menjadi pemain baru dalam pasar beras memang membutuhkan modal yang besar. Modal tidak harus berupa uang, tenaga kerja, dll. Namun terdapat modal yang disebut dengan modal sosial (*social capital*).

Modal sosial ini merupakan modal berupa nama baik, relasi, dan kepercayaan. Modal ini menjadi hambatan bagi para pemain baru untuk masuk ke dalam pasar. Pemain baru harus bersaing dengan membawakan nama baru untuk dapat mempunyai relasi dan kepercayaan dari orang banyak. Menurut naramber Koh Akui sebagai pemilik toko besar, menyatakan bahwa terdapat hambatan untuk masuk pasar beras dibuktikan dengan jumlah pengepul kecil dan pengepul besar serta jumlah toko besar dan pengecer yang kian tahun makin naik. Jumlah pengepul kecil tiap tahunnya mengalami kenaikan. Beliau mengatakan persaingan yang terjadi dalam pasar beras sangatlah ketat. Pemain mengalami kenaikan jumlah yang cukup signifikan. Kebanyakan dari mereka adalah warga pendatang yang mencoba peruntungan bisnis pada bisnis beras. Tabel 4.7 menampilkan data jumlah pelaku saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.

Tabel 4.7
Jumlah pelaku Saluran Distribusi beras Kabupaten Cilacap dan
Pasar Bantar Gebang Bekasi (Tahun 2015-2017)

Tahun	Pengepul kecil	Pengepul besar	Toko besar	Pengecer
2015	60	10	6	150
2016	71	15	8	245
2017	95	20	9	300

Sumber :Data Hasil Wawancara

Pada Tabel 4.7 menampilkan mengenai jumlah pelaku saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi. Dengan jumlah yang cenderung mengalami kenaikan pada tiap tahunnya dapat disimpulkan bahwa hambatan masuk pasar beras adalah kecil. Pesaing baru bebas masuk pasar asalkan dapat bersaing harga dengan pelaku terdahulu. Apabila pelaku baru tidak dapat bersaing maka gugurlah dia dan digantikan dengan pelaku baru dan siapa saja yang masih bisa bertahan.

Setelah membahas mengenai pelaku pasar, tak lupa peran pemerintah sebagai lembaga yang mengatur perdagangan juga menjadi sorotan dalam perilaku pelaku saluran distribusi beras ini, Bulog merupakan lembaga yang bertugas untuk menjaga kestabilan harga beras. Pada awal tahun 2018 ini keputusan kementerian perdagangan akan melakukan kebijakan impor sebesar 500 ribu ton beras guna memenuhi kebutuhan beras serta menstabilkan harga beras yang pada akhir-akhir ini melonjak, pemerintah melakukan impor beras dikarenakan kurangnya pasokan beras dalam negeri sangat kurang. Pemerintah mengimpor beras dengan jenis beras yang tidak ditanam oleh petani Indonesia. Pemerintah beralih melakukan

impor untuk membuat harga beras dalam negeri menjadi stabil⁵. Tentunya kebijakan tersebut menimbulkan efek pada para pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi.

Menurut narasumber Bapak Edy petani di Kabupaten Cilacap, para petani di Kabupaten Cilacap tidak mengkhawatirkan mengenai impor, bahkan cenderung setuju dengan kebijakan impor tersebut. Efek kebijakan impor terasa setelah dua sampai tiga bulan setelahnya. Sehingga harga gabah cenderung stabil pada masa panen tiba. Pemerintah melakukan impor pada bulan Januari, sedangkan masa panen petani di Kabupaten Cilacap terjadi pada Februari hingga Maret. Sehingga Stok beras dalam gudang Bulog masih tercukupi dan menimbulkan harga gabah pada petani cenderung stabil. Impor bukan lagi menjadi kekhawatiran bagi petani karena panen raya pada wilayah Kabupaten Cilacap terjadi pada waktu yang berbeda. Sehingga harga gabah cenderung tidak anjlok. Efek impor terasa pada para pengepul kecil, mereka mengkhawatirkan akan adanya impor. Harga beras pada pasar mereka berpatokan pada stok beras dalam pasar. Apabila beras dalam pasar dan gudang masih banyak, harga beras akibat pembentukan pasar menjadi rendah. Kebijakan ini menimbulkan perubahan strategi yang dilakukan oleh pengepul kecil. Pengepul kecil cenderung melakukan penahanan diri dalam memasuki pasar beras. Mereka melakukan penjualan pasif. Berjualan beras hanya pada sekitar wilayahnya saja. Karena mereka mengurangi resiko atas kerugian akibat rendahnya harga pasar.

⁵ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3810847/ri-impor-beras-500000-ton-dari-thailand-dan-vietnam> diakses pada 14 Februari 2018 :22.30

Lain hal dengan pengepul besar, menurut narasumber bapak Unang Ahmad mitra Bulog di Kabupaten Cilacap, kebijakan impor tidak terlalu terasa pada pengepul besar. Hal ini disebabkan karena para pengepul besar dalam kontrak penyuplaian beras kepada Bulog, sehingga pengepul besar tetap melakukan aktifitas seperti biasa. Penurunan harga pada beras akibat memang menurunkan omset mereka pada penjualan pasar. Tetapi penurunan tersebut merupakan hal yang wajar karena mereka beranggapan bahwa impor memang tidak akan pernah bisa dihilangkan.

4.7.3. Analisis Kinerja Pelaku Saluran Distribusi (*Performance*)

Kinerja menurut Baye (2010), mengemukakan bahwa kinerja pasar mengacu pada keuntungan dan kesejahteraan sosial yang dihasilkan industri tertentu. Dalam analisa Baye keuntungan di berbagai perusahaan di suatu industri akan berbeda-beda. Penjualan pada industri memang menjadi faktor dalam menyoroiti kinerja, namun pada konteks perusahaan–perusahaan besar keuntungan nya kecil.

4.7.3.1 Tingkat Keuntungan Pelaku Saluran Distribusi

Indikator pertama yang digunakan untuk menganalisis kinerja pada pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras studi kasus Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi adalah melalui penentuan harga yang diputuskan oleh para pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi. Pengambilan tingkat keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing pelaku saluran distribusi. Data tingkat harga tersebut adalah hasil

dari survey harga beras pada tiap tingkat saluran distribusi beras. Harga tersebut merupakan harga beras kelas medium. Beras yang banyak dikonsumsi dan diperjualbelikan di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi. Tingkatan tersebut mengidentifikasi keuntungan yang diambil oleh para pelaku saluran distribusi. Tabel 4.8 menampilkan tingkatan harga beras dari petani hingga pengecer.

Tabel 4.8
Tabel Harga Beras Sesuai Tingkatan Saluran Distribusi Beras Di Kabupaten Cilacap dan Pasar Bantar Gebang Bekasi (Januari 2018)

No	Tingkatan Saluran Distribusi	Harga (Rp/kg)
1	Petani	5.750
2	Penggilingan Padi	10.500
3	Pengepul Kecil	10.700
4	Pengepul Besar	12.500
5	Toko Besar	13.200
6	Bulog	9.300
7	Pengecer	14.100

Sumber : Data Hasil Wawancara

Tabel 4.8 menampilkan selisih/perbedaan harga yang diambil pelaku saluran distribusi. Harga pada tiap-tiap tingkatan saluran distribusi mempunyai margin yang cukup besar. Harga pada petani cukup rendah, dengan peranan sebagai pembentuk harga pertama pada harga beras, harga sebesar Rp. 5750/ kg tersebut merupakan akibat dari kualitas hasil panen yang tidak terlalu bagus. Dengan harga yang rendah tersebut petani harus sangat berhati-hati dalam mengelola keuangannya untuk memenuhi kebutuhan masa tanam hingga masa panen berikutnya.

Harga yang terpaut jauh terlihat pada harga pengepul kecil ke pengepul besar. Margin harga sebesar 1500 rupiah. Harga tersebut sangat berpengaruh pada

harga yang terbentuk pada tingkat saluran yang lebih tinggi. Pengepul kecil menentukan harga beras sebesar Rp.10.700/kg merupakan hasil perhitungan akhir dari biaya produksi, tenaga kerja, dan harga spekulasi resiko atas beras yang di produksi. Pengepul besar menentukan harga sebesar Rp. 12.500/kg juga merupakan hasil dari perhitungan akhir dari biaya produksi, tenaga kerja dan harga spekulasi atas beras yang diproduksi. Dengan jumlah beras yang lebih banyak seharusnya harga akhir tidak menggunakan biaya yang besar. Sehingga margin harga tidak teralu besar. Dalam kenyataannya harga ditentukan oleh pengepul besar dengan margin yang cukup besar.

Menurut narasumber bapak Unang Ahmad, pengepul besar di Kabupaten Cilacap, harga yang cukup tinggi yang ditentukan oleh pengepul besar memiliki alasan bahwa selain biaya produksi dan biaya tenaga kerja, beliau mengatakan bahwa dengan modal yang besar tingkat spekulasi akan risiko penjualan beras juga besar. Keuntungan yang didapatkan dengan margin itu tidaklah banyak, tetapi pengepul besar mempunyai tingkat keuntungan yang telah ditentukan sendiri sehingga harga yang ditawarkan pun berbeda-beda. Berbeda dengan tingkat keuntungan para pengepul kecil, tingkat keuntungan yang diambil oleh pengepul kecil lebih banyak daripada tingkat keuntungan yang diambil oleh pengepul besar. Pengepul kecil menentukan tingkat keuntungan yang kecil per kilogram beras untuk mendapatkan hasil penjualan yang besar karena jumlah beras yang dijual lebih sedikit dari pengepul besar. Dengan tingkat keuntungan yang tidak banyak namun dalam partai yang banyak maka keuntungan total yang diperoleh pengepul besar cukup banyak.

Harga pada toko besar dan pengecer mengindikasikan bahwa keuntungan yang didapat mereka dalam jumlah yang banyak. Namun margin tersebut hanya merupakan akibat dari spekulasi harga jangka panjang. Menurut narasumber Koh Akui, harga yang ditentukan toko besar tidak memperoleh keuntungan yang besar. Untuk dapat masuk dalam sebuah toko besar para pengepul besar harus membayar sewa tempat yang lebih besar dari cara menjual pada toko biasa atau pengecer, sehingga yang menikmati keuntungan terbesar ada pada pengepul kecil dan pengepul besar. Selain sewa empat, faktor lain yang menjadi penentu harga pada beras di toko besar adalah sistem rotasi yang dilakukan pemilik toko besar dalam memilih kualitas beras. Sistem rotasi ini mengakibatkan harga spekulasi pemilik beras yang ada dalam toko besar akan menaikkan harga tinggi. Apabila beras yang telah dijual tidak laku maka pemilik toko besar akan melakukan pengembalian beras pada pengepul atau toko besar lainnya.

Setelah sistem rotasi sistem titip jual yang dilakukan toko besar kepada pengecer beras mengakibatkan harga yang terbentuk menjadi lebih tinggi. Sistem jual titip sama halnya dengan sistem rotasi yang akan mengakibatkan barang yang tidak laku jual akan dikembalikan kepada pemilik beras yaitu pengepul besar atau toko besar. Pengembalian ini akan mengakibatkan kerugian bagi para pengepul karena dalam jangka waktu tersebut beras yang dititipkan tidak dapat menghasilkan keuntungan. Pengecer beras hanya mengambil jasa penjualan dari sistem jual titip ini.

Sedangkan harga pada bulog terpaut jauh dari harga pasar. Hal tersebut dikarekan standar kualitas beras beras Bulog berbeda dengan standar kualitas pasar.

4.7.3.2 Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Indikator kedua kinerja pada saluran distribusi adalah kesejahteraan sosial masyarakat. Rata-rata masyarakat Indonesia membeli beras pada toko besar dan pengecer beras. Pada awal tahun 2018 harga beras medium pada toko besar sebesar Rp. 13.200/kg dan harga pada pengecer sebesar Rp. 14.100. Dengan harga eceran tertinggi yang ditetapkan Bulog sebesar Rp.9350/kg. Kedua Harga tersebut merupakan harga yang cukup tinggi. Kenaikan harga beras tersebut diakibatkan karena kurangnya pasokan beras. Gagal panen petani menyebabkan kurangnya pasokan beras dalam pasar. Kurangnya pasokan dalam pasar tidak mempengaruhi tingkat permintaan yang terjadi dalam pasar. Hal tersebut terjadi karena beras merupakan makanan pokok mayoritas masyarakat Indonesia.

Kenaikan harga beras ini dirasa memberatkan masyarakat. Pengeluaran masyarakat menjadi naik akibat harga beras yang naik tersebut. Kenaikan harga sebesar 1,34% dari harga sebelumnya yaitu 10.500 membuat pengeluaran masyarakat untuk membeli beras meningkat. Tingkat pengeluaran untuk membeli beras masyarakat Indonesia sebesar 35,77%, yang menggambarkan bahwa porsi pengeluaran untuk membeli beras cukup besar. Sehingga masyarakat dirugikan dengan adanya kenaikan harga. Maka dari itu Bulog sebagai lembaga pengendali harga beras, harus melakukan kebijakan yang membuat harga beras tetap stabil, agar masyarakat tidak terus dirugikan dalam kenaikan beras ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis pada penentuan harga beras pada saluran distribusi beras studi kasus saluran distribusi Kabupaten Cilacap, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga gabah dan beras pada awal tahun 2018 di Kabupaten Cilacap mengalami perubahan yang cepat. Menurut narasumber Bapak Unang Ahmad pengepul besar di Kabupaten Cilacap, harga gabah dan beras di pengaruhi oleh ketersediannya jumlah gabah atau stok tersebut. Kelangkaan akibat gagal panen petani menimbulkan harga gabah dan beras melambung tinggi dari harga 8600 menjadi 11.700 di kalangan pengepul besar.
2. Distribusi pada saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap mempunyai delapan tingkatan saluran. Delapan tingkatan saluran tersebut adalah petani, penggilingan padi, pengepul kecil, pengepul besar, pedagang besar, Bulog, toko besar, dan pengecer.
3. Struktur pasar pada pasar beras di Kabupaten Cilacap adalah pada pasar petani hingga pengepul kecil adalah monopolistik. Sedangkan pada pasar pengepul besar hingga pedagang besar adalah oligopoli.
4. Elemen-elemen struktur pasar yang menjadi fokus dalam penentuan harga beras di saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap adalah Konsentrasi pasar.

Konsentrasi pada pasar petani hingga pengepul kecil semakin kecil, Sedangkan konsentrasi pada pengepul besar hingga pedagang besar semakin besar.

5. Terdapat Hambatan masuk pasar beras di Kabupaten Cilacap yaitu hambatan yang disebabkan oleh modal sosial (*social capital*).
6. Persaingan yang terjadi pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap adalah persaingan harga. Strategi yang dilakukan mereka adalah hanya untuk bersaing harga.
7. Kerjasama yang dilakukan oleh para pelaku saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap adalah Kerjasama Informasi. Informasi terhadap harga mempunyai sifat terbuka dan bebas akses.
8. Kolusi terselubung merupakan perilaku para pelaku saluran distribusi. Kolusi terjadi antar pengepul kecil dan antara pengepul besar dan Bulog. Kolusi ini dilakukan untuk membuat harga sesuai dengan tingkat keuntungan yang diinginkan.
9. Pengepul besar adalah pelaku yang mendominasi pasar beras di Kabupaten Cilacap. Dengan penjualan dengan jumlah yang banyak serta akses terhadap lembaga pengendali beras yang cukup mudah maka keputusan harga yang ditetapkan pengepul besar mendominasi pasaran beras.
10. Kinerja pada saluran distribusi beras di Kabupaten Cilacap bisa dilihat dari penentuan harga yang diambil oleh masing-masing pelaku. Penentuan harga bisa dilihat pada selisih harga dari saluran terkecil pelaku distribusi beras. Selisih tersebut merupakan tingkat keuntungan yang diambil oleh masing-masing pelaku distribusi beras di Kabupaten Cilacap. Atas pembentukan harga

yang diuntungkan adalah para pelaku distribusi terutama pengepul kecil dan pengepul besar.

5.2. Implikasi

Hasil analisis pada pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras studi kasus saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap, penulis mempunyai beberapa saran untuk menjadi pertimbangan dalam pembentukan harga beras pada saluran distribusi beras Kabupaten Cilacap, yaitu:

1. Petani dianjurkan untuk mengikuti kelompok tani agar orientasi pertanian mereka berubah menjadi petani bisnis. Sehingga output padi mereka menjadi maksimal. Pengawasan dari kelompok tani tentunya pengetahuan petani akan bertambah sehingga reaksi mereka terhadap masalah lahan, hama, dan yang lain lain bisa tepat.
2. Persaingan dalam pasar beras di Kabupaten Cilacap ini adalah monopolistik dan oligopoli. Persaingan ini memberikan dampak positif dan negatif. Pada petani hingga pengepul kecil yang pasarnya monopolistik menyebabkan harga yang terbentuk memberikan margin harga semakin rendah. Kemudian pada pasar pengepul besar dan pedagang besar yang cenderung oligopolistik menyebabkan harga yang terbentuk akan memberikan margin harga semakin tinggi.
3. Selain memberikan dampak positif persaingan monopolistik juga memberikan dampak negatif. Monopolistik menciptakan pangsa tersendiri untuk para

pelaku saluran. Namun persaingan ini cenderung akan menyebabkan persaingan yang tidak sehat antar pelaku saluran distribusi di Kabupaten Cilacap. Para pemain baru perlu memperhatikan besarnya modal yang akan digunakan untuk membuka usaha beras ini agar persaingan tetap sehat. Spekulasi yang tinggi menyebabkan kecenderungan untuk bersaing secara tidak sehat.

4. Diperlukan riset yang lebih lanjut mengenai pembentukan harga beras pasar saluran distribusi beras ini, karena masih banyak hal-hal yang bisa dieksplorasi dalam saluran distribusi beras ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsori, Mahmud (2016), “Penghasilan Pasar Bantar Gebang Capai Milyaran”, diambil 14 Februari 2018 :22.12, dari <http://jabar.pojoksatu.id>
- Alistair, Armytha (2003), “Analisa Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja Pada Industri Tepung Terigu di Indonesia Pasca Penghapusan Monopoli Bulog”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Ariwibowo, Agus (2013), “Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi Dan Beras Di Kecamatan Pati Kabupaten Pati”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Arsyad, Lincolin. (2014). “Ekonomi Industri Pendekatan Struktur, Perilaku, Kinerja. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, diambil 22 Oktober 2017, dari <https://www.bps.jsteng.go.id/>
- _____ (2015), “Luas panen, Produksi, dan produktivitas Padi sawah menurut Kabupaten/kota di Jawa Tengah”, Badan Pusat Statistik, Jawa Tengah.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, diambil 28 Oktober 2017, dari <https://cilacapkab.bps.go.id/>
- _____ (2015), “Produksi Padi Kabupaten Cilacap”, Badan Pusat Statistik Cilacap.
- _____ (2014), “Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap”, Badan Pusat Statistik Cilacap.
- _____ (2013), “Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Padi Kabupaten Cilacap”, Badan Pusat Statistik Cilacap.
- Bain, Joe S. (1959). “*Industrial Organization*”. U.S.A : John Wiley & Sons, Inc.
- Baye, Michael R and Jeffry T. Prince. (2010). “*Managerial Economics and Business Strategy*”, 8th edition. Mc Graw-Hill, New York.
- Jaya, Wihana Kirana. (2008). “*Ekonomi Industri*”. BPFE-Yogyakarta
- Joko Purwono, Sri Sugyaningsih, Adib Priambudi. (2013). “Analisis Tataniaga Beras Di Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi”, *Jurnal-NeOBis*, Volume 7, Nomer 2, Halaman 1

- Laucereno, Sylke Febrina. (2018), “RI Impor Beras 500.000 Ton dari Thailand dan Vietnam”, diambil 14 Februari 2018 22.30, dari <https://finance.detik.com>
- Leksono, Sonny. (2013). “*Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi*”. PT RajaGrafindo Persada Jakarta Harlow.
- Lihan, Irham. (2014), “Kajian Struktur Pasar Gabah dan Beras Di Indonesia”, *Jurnal-NeObis*, Volume 8, Nomer 1. Halaman 1
- Lipczynski, John, John O.S. Wilson and John Goddard (2005). *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. Pearson Education Limited, Harlow
- Mahardika, Tatiek Kartika Swara. (2013), “Kajian Distribusi Beras di Wilayah DKI Jakarta Melalui Pasar Beras Induk Cipinang”. *Tesis S-2*, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Matyjas, Zbigniew. (2014), “The Role Of The Structure-Conduct- Performance Paradigm For The Development Of Industrial Organization Economics And Strategic Management” *Jurnal Of Positive Management*, Volume 5, Nomer 5, Halaman 53-63.
- Moleong, Lexy. J. (2011). “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Perum Bulog Indonesia, diambil 15 Oktober 2017 pukul 19:53, dari <http://www.Bulog.co.id>
- Setyowati, Endang. (2003). “*Ekonomi Mikro Pengantar*”. STIE YKPN Yogyakarta.
- Taylor, Steven J, Robert Bogdan, Marjorie L. Devault. (2016), “*Introduction To Qualitative Research Methods*”, 4th Edition. Wiley, U.S.A
- Winniasri, Evy Fachriani (2007). “Analisis Distribusi Spasial dan Aliran Perdagangan Beras Dari dan Ke DKI Jakarta”, *Skripsi Sarjana*, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

LAMPIRAN

I. Pedoman Wawancara

1. Berapa lama menjadi pelaku distribusi beras ?
2. Apakah terdapat asosiasi pelaku distribusi beras di wilayah ?
3. Berapa jenis gabah yang diperjualbelikan ?
4. Berapakan jenis beras yang diperjual belikan ?
5. Berapakah harga beras sekarang ?
6. Darimana saja pasokan gabah diambil ?
7. Darimana saja pasokan beras diambil ?
8. Berapa kapasitas gudang ?
9. Berapa minimal penjualan ?
10. Bagaimana karakter petani Kabupaten Cilacap ?
11. Bagaimana cara produksi gabah menjadi beras ?
12. Terbagi menjadi berapa wilayah produksi beras di Kabupaten Cilacap ?
13. Bagaimana pola penanaman gabah ?
14. Bagaimana sistem penanaman gabah ?
15. Bagaimana pola penjualan gabah dari petani kepada pengepul ?
16. Kapan waktu panen tiba ?
17. Bagaimana strategi pengepul dalam pasar ?
18. Berapa jumlah pengepul kecil ?
19. Berapa jumlah pengepul besar ?
20. Bagaimana pandangan terhadap Bulog ?
21. Bagaimana pandangan terhadap kebijakan Bulog ?
22. Bagaimana kondisi permintaan beras saat ini ?

23. Bagaimana kondisi pasokan beras saat ini?
24. Apakah yang menjadi pertimbangan atas harga yang ditentukan ?
25. Berapa hasil penjualan selama satu minggu ?
26. Bagaimana tanggapan mengenai impor ?
27. Bagaimana tanggapan mengenai harga gabah yang rendah sementara harga beras naik ?
28. Bagaimana tanggapan mengenai harga beras lokal yang terus menaik ?
29. Bagaimana tanggapan mengenai kebijakan impor yang terbuka ?
30. Bagaimana tanggapan mengenai peran Bulog sebagai lembaga pengendali beras ?
31. Bagaimana analisa mengenai kondisi peertnaian yang tidak menentu ?
32. Bagaimana tanggapan mengenai beras oplosan ?
33. Bagaimana hubungan antar pelaku ?
34. Bagaimana cara bertahan lama dalam bisnis beras ?
35. Setujukan dengan adanya impor beras ?
36. Bagaimana kondisi harga beberapa bulan ini ?

II. Jadwal Wawancara

Waktu		Narasumber	Keterangan
14 Nov 2017	14.30	Muhlasin Pengepul Kecil di Kabupaten Cilacap	Terlaksana
22 Nov 2017	16.00	Dhany Dwidedi Pengepul Besar di Kabupaten cilacap	Terlaksana
5 Des 2017	13.00	Unang Ahmad Pengepul Besar di Kabupaten Cilacap	Terlaksana
20 Des 2017	17.00	Tijan Petani di Kabupaten Cilacap	Terlaksana
18 Jan 2018	11.00	Edy Petani di Kabupaten Cilacap	Terlaksana
1 Feb 2018	19.30	Koh Akui Pemilik Toko Beras di Pasar Bantar Gebang	Terlaksana
3 Feb 2018	16.00	Dani Karyawan Toko Beras sekaligus Pengecer Beras di Bekasi	Terlaksana